www.frc.ch

N° 4 – décembre 2007 – janvier 2008 – 6 francs – 4 euros

FRC MAGAZINE

FÉDÉRATION ROMANDE DES CONSOMMATEURS

INDÉPENDANT ET SANS PUBLICITÉ

iPhone

TESTÉ EN LABO

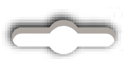
LE COUP DE CŒUR!

iPhone, Blackberry, Palm...
21 smartphones passés au crible.

PHOTO
Quel appareil reflex choisir sans se ruiner



MÉDICAMENTS
Les pièges cachés des emballages et des notices



Critique et exigeante, mais aussi subjective



Sérieuse. Compétente. Critique. Exigeante. Les qualificatifs ne manquent pas quand on pense à la Fédération romande des consommateurs et à toutes les tâches qu'elle accomplit. Mois après mois, en ouvrant votre magazine, vous pouvez juger de ce travail. Vous pouvez comparer quantité de produits grâce aux tests scientifiques menés en laboratoire. Vous pouvez vous révolter en découvrant comment des fabricants nous vendent tout et n'importe quoi.

Mais la FRC, c'est aussi des personnes qui, comme vous, lectrices et lecteurs, ont leurs faiblesses. Des consommatrices et consommateurs qui ont également des coups de cœur, et qui parfois se lâchent et se lancent dans des achats impulsifs.

En cette veille de fêtes de fin d'année, Huma Khamis, notre responsable scientifique, a craqué. Raisonnable jusqu'au bout des ongles, sensée, intelligente, capable de réciter la formule chimique d'un colorant capillaire ou de déchiffrer un schéma électronique de parasurtenseur, elle a craqué pour l'iPhone. La petite merveille multimédias qui va envahir la Suisse dès l'année prochaine. Et elle n'est pas la seule…

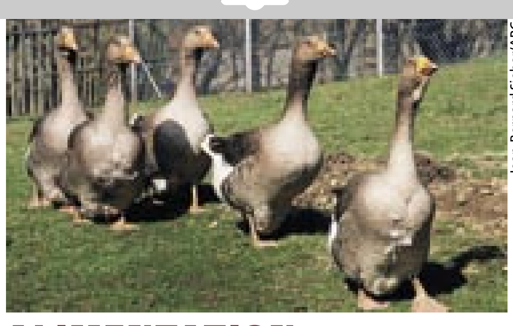
Nombre de ses collègues scientifiques européens sont tombés sous le charme de cet objet qui sert parfois à téléphoner. Les premiers tests en laboratoire, que nous vous livrons en exclusivité, corroborent en partie cet enthousiasme, mais ils n'expliquent pas entièrement ce coup de foudre. Et puis, même si l'objet est magnifique, nous ne pouvons que réprouver les futures conditions d'achat, avec nouvel abonnement obligatoire chez un seul fournisseur et un seul opérateur. Le tout au prix (plus que) fort.

Mais voilà, la réalité, c'est que, dans l'existence, tout n'est pas uniquement rationnel. A la FRC, nous ne sommes que des êtres humains avec leur part de subjectivité. Alors, une fois n'est pas coutume, nous exprimons notre plaisir face à ce nouvel outil des temps modernes. Rassurez-vous, cela ne nous empêche pas de préserver nos qualités parfois un peu rébarbatives. Sérieux. Compétents. Critiques. Exigeants. Nous le resterons toujours et espérons vous le prouver au fil des pages qui suivent.

Bonne lecture!

Jean-A. Luque

SOMMAIRE



Jean-Bernard Sieber/ARC

IMPRESSUM

ÉDITEUR
Fédération romande des consommateurs

PRÉSIDENTE
Monika Dusong

RÉDACTEUR EN CHEF
Jean-A. Luque

RÉDACTION
Aline Clerc
agriculture, environnement
Nadine Frossard
juriste permanence
Huma Khamis
sciences, tests
Véronique Matthey, droit
Valérie Muster
conseil permanence
Nadia Thiongane
économie

ONT COLLABORÉ À CE NUMÉRO
Fabien Albiez
Claude-Inga Barbey
Delphine Centlivres
Monika Dusong
Joelle Isler
François Maret

PHOTO
ARC/Jean-Bernard Sieber

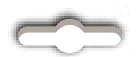
CONCEPTION ET RÉALISATION GRAPHIQUE
Martin Nieva
atelier.graphique@pwnet.ch

COTISATION-ABONNEMENT
50 fr. par an (10 numéros),
2 ans 90 fr. (20 numéros)
étranger 70 fr.
(10 numéros)
Abo de soutien à la FRC
80 fr. (2 ans 140 fr.)
CCP:
FRC Lausanne 10-21314-6

ADRESSE RÉDACTION
www.frc.ch, **info@frc.ch**
cp 6151, rue de Genève 7,
1002 Lausanne
Tél. 021 331 00 90
Fax 021 331 00 91

BONUS WEB
Accès à **www.frc.ch**
mot de passe: **iphone**
valable du
27 novembre au 29 janvier 08

IMPRESSION
PCL, Lausanne, sur papier
TCF, 35 000 exemplaires



Media Markt «Dis, René, tes réparations sont hors de prix»

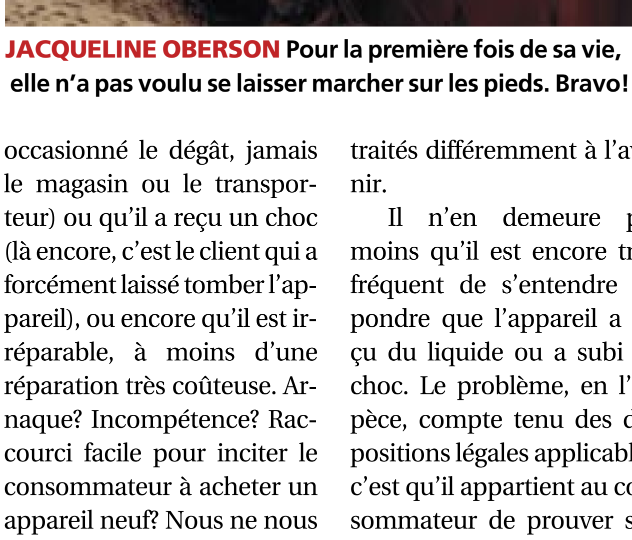
Le service après-vente des magasins bon marché laisse à désirer.

J'ai acheté un photocopieur Canon chez Media Markt en 2005. Alors que j'effectuais une copie recto-verso, une feuille s'est bloquée. J'ai pu la retirer, mais un morceau de papier est resté coincé, que je ne pouvais ni voir ni enlever. La photocopieuse était dès lors en panne. J'ai soumis la situation à Media Markt, qui m'a indiqué que le scanner devait être cassé et qu'il m'en coûterait 461fr.35 pour le réparer! Méfiante, je suis allée rechercher mon appareil non réparé, et ai réglé les 60 francs facturés pour le devis. J'ai alors soumis l'appareil à de (vrais) spécialistes, à La Bonne Combine, où l'on m'a conseillé de me rendre chez Copyfax. Là, d'emblée, nous découvrons que la porte d'engagement de la cartouche était déboîtée et impossible à remettre en place. Media Markt l'avait simplement emballée dans du papier transparent pour la maintenir, et avait collé un billet: «Important»…
Chez Copyfax, on m'a proposé de verser 50 francs pour vérifier la photocopieuse et tenter de la remettre en service. Le lendemain, j'ai eu l'heureuse surprise de recevoir un téléphone de Copyfax m'annonçant que ma copieuse fonctionnait parfaitement bien. Il ne m'en aura finalement coûté que 107fr.60 au final.



Jean-Bernard Sieber/ARC

JACQUELINE OBERSON Pour la première fois de sa vie, elle n'a pas voulu se laisser marcher sur les pieds. Bravo!





Un litige? Un problème?

Si vous êtes membre de la FRC, Nadine Frossard, juriste à la Permanence FRC, vient à votre secours. 0848 575 105 (tarif normal)

Une fois n'est pas coutume, un membre de la FRC nous a contactés pour annoncer que son dossier était réglé. Merci, Jacqueline Oberson, de nous rassurer.

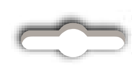
En l'espèce, le cas est fort intéressant, puisqu'il décrit les circonstances rencontrées très souvent par les clients de Media Markt ou d'autres revendeurs, comme Interdiscount ou MobileZone. Il n'est pas rare que le consommateur découvre que l'objet acheté a un défaut. Il le soumet alors logiquement au service après-vente du magasin où il l'a acquis.

C'est à ce moment-là que l'on découvre de nombreuses subtilités insoupçonnées, pour partie justifiées, mais pour partie également nées des talents cachés d'inventivité des collaborateurs du magasin. Ainsi, il est souvent répondu au consommateur que son appareil a subi un dégât d'eau (bien entendu, c'est le consommateur qui a occasionné le dégât, jamais le magasin ou le transporteur) ou qu'il a reçu un choc (là encore, c'est le client qui a forcément laissé tomber l'appareil), ou encore qu'il est irréparable, à moins d'une réparation très coûteuse. Arnaque? Incompétence? Raccourci facile pour inciter le consommateur à acheter un appareil neuf? Nous ne nous aventurerons pas ici à jeter la pierre.

Contacté directement par Jacqueline Oberson, le directeur général de Media Markt lui a promis de se renseigner auprès de l'atelier chargé d'effectuer les réparations et lui a envoyé un bon de 60 francs. Nous verrons donc si les consommateurs seront traités différemment à l'avenir.

Il n'en demeure pas moins qu'il est encore trop fréquent de s'entendre répondre que l'appareil a reçu du liquide ou a subi un choc. Le problème, en l'espèce, compte tenu des dispositions légales applicables, c'est qu'il appartient au consommateur de prouver soit qu'il n'y a eu ni liquide, ni choc, soit qu'il n'est pas lui-même à l'origine du dégât constaté.

Autant dire que, tant que la situation n'aura pas évolué vers plus d'honnêteté de la part des grands distributeurs, le client aura encore à lutter pour faire triompher sa version des faits…





A **Miele**, qui rembourse une pièce défectueuse (536 fr.) d'un de ses fours haut de gamme, alors même que la garantie est échue depuis plus de deux ans.

Au Restaurant **Kuklos**, à Leysin, qui, malgré les panneaux d'interdiction, a accueilli en ses murs des familles qui ont pu pique-niquer. Dehors, le temps était trop mauvais.

A l'entreprise **Stores-Chablais**, à Aigle, qui, quatre ans après avoir installé un store électrique, le répare et le change sans aucun frais parce qu'il est tombé en panne.

Au magasin de sports **Athleticum**, qui, pour se faire pardonner d'avoir facturé la livraison et le montage d'un vélo d'appartement 20 francs de trop, offre un bon de 50 francs.

Au fabricant **Trisonic**, qui, remplace gratuitement un set pour soins dentaires, bien que la garantie soit déjà échue.

A **Ikea**, qui, pour dépanner une cliente, cherche dans toutes ses succursales un meuble qui n'est plus commercialisé. Et l'envoie gratuitement par la poste!

4,7%

la progression du marché du bio en Suisse au premier semestre 2007 (2,1 % pour les produits conventionnels).

2,2

milliards de francs, le chiffre d'affaires d'Aldi et Lidl en Suisse prévu d'ici à 2013.

Les alicaments A boire et à manger

Des yogourts censés faire baisser l'hypertension à la margarine «influençant positivement le taux de cholestérol», les aliments fonctionnels – ou alicaments – sont en pleine croissance. Ce secteur, avec ses prix de vente plus élevés, suscite bien des convoitises chez les industries agroalimentaires. Unilever souhaiterait positionner un quart de ses produits sur ce marché d'ici à 2010. Quant à Nestlé, pour soutenir sa croissance, elle ne souhaite plus se positionner dans le domaine de l'alimentation, mais dans celui de la nutrition. Subtile, mais ô combien lucrative différence. La frontière entre les aliments et les médicaments s'estompe, et le consommateur n'a pas la tâche facile face à ces produits et à leurs promesses. Est-il un malade qui s'ignore? Peut-il compenser la portion de frites engloutie par un yogourt probiotique? Rappelons qu'une alimentation équilibrée, peu grasse et riche en fruits et légumes, associée à une activité physique, constitue la meilleure garantie d'une bonne santé. Et si vous êtes malade, mieux vaut consulter un médecin avant de vous gaver d'aliments promettant «un supplément de santé». Pour déchiffrer les promesses de ces yogourts, margarines et compléments alimentaires, Jacques Diezi, professeur honoraire de pharmacologie et toxicologie, donnera une conférence intitulée «Les alicaments: à boire et à manger!!!». **A. C.**

Jeudi 13 décembre 2007, de 12 h 15 à 13 h 15, à Lausanne, Auditoire Pierre-Decker, rue du Bugnon 21 (entrée libre)

Lecteur MP3 Apple réduit ses touches

La FRC publiera dans son prochain numéro un test complet de tous les lecteurs MP3 du marché. Mais, à la veille de Noël, voici déjà un avant-goût avec la vedette du moment. iPod Touch sera sans doute au pied de nombreux sapins durant les Fêtes. Le dernier baladeur d'Apple s'inscrit dans la lignée de l'iPhone, qui ne peut que séduire les technophiles en manque de nouvelles sensations. Comme pour toute la série iPod, la qualité du son est bonne. Nouveauté du Touch, la mollette cliquable laisse place à un écran tactile grâce auquel toutes les commandes sont accessibles de manière vraiment intuitive. L'écran de 3,5 pouces, très lumineux, permet aussi de visionner des films. Autre point positif, la présence du wi-fi permet de naviguer sur le Web, d'accéder à YouTube (site Internet de partage de vidéos personnelles) et d'acheter de la musique en ligne en passant par iTune. Mais que les petits malins se ravisent: l'accès à Internet ne permet pas d'utiliser le Touch comme un téléphone (par VoIP), car le joujou est dépourvu de micro. Enfin, on aurait pu s'attendre à mieux de la part de ce lecteur flash, dont la mémoire (8 ou 16 Go) est un peu faible pour stocker les vidéos et dont le prix est un peu élevé pour n'écouter que de la musique. **H. K.**

iPod Touch: dès 469 francs







Marketing Du déchet au prix des céréales

Pour vendre des céréales souvent trop sucrées ou trop grasses, les fabricants n'hésitaient pas à attirer les enfants avec des jeux et des figurines. Les céréales chocos de Kellogg's vont plus loin; elles sont actuellement vendues avec un minijeu électronique – version miniature d'une célèbre console de jeu – comportant une pile non remplaçable. Un procédé marketing que la FRC considère comme doublement discutable. D'une part, les enfants sont incités à pousser leurs parents à acheter non pas les céréales qu'ils aiment, mais les céréales qui sont vendues avec le jouet le plus attirant. Cela au détriment de produits plus sains. D'autre part, la production de ce gadget à usage unique engendre un gaspillage d'énergie et de ressources naturelles. Le recyclage de ce petit appareil est laissé à la responsabilité du consommateur, qui n'a rien demandé de tel en achetant un paquet de céréales.



La FRC a déjà dénoncé la distribution gratuite de gadgets comportant des piles qui ne favorisent pas le recyclage. Rappelons que le taux actuel de collecte des piles est de 65% et que l'Office fédéral de l'environnement souhaite parvenir à 80%.
Conseil recyclage: la pile ne pouvant être séparée du jouet, il faut rapporter le tout dans un magasin de jouets qui est tenu de le reprendre pour recyclage. **A. C.**

640 tonnes

les produits liquides confisqués par les aéroports suisses en un an, suite aux restrictions des bagages en cabine.

2 francs

la barre fatidique du prix du litre d'essence sans plomb envisageable pour le deuxième trimestre 2008.

Les prix des matières premières menacent le panier des ménages en 2008

Depuis quelques années, on s'est habitué à la hausse du prix du pétrole, pour atteindre en cette fin d'année des records douloureux. Aujourd'hui, ce sont aussi les prix des matières premières, principalement agricoles, qui explosent. Les causes sont diverses: mauvaises conditions météo, développement des agrocarburants, demande galopante de la classe moyenne de Chine et d'Inde, phénomènes spéculatifs.
La liste des produits touchés est interminable: céréales, pain, biscuiteries, pâtes, volaille, œufs, produits laitiers, huiles, graisses, chocolat, café, pommes-de-terre, carottes, pois… Certains produits vont cumuler les hausses. Les augmentations effectives auxquelles s'attendre sont difficiles à chiffrer. Cela dépendra de la part des matières premières entrant dans la composition du produit. Si l'on y ajoute la hausse constante du cours du pétrole (et ses conséquences sur les transports, le chauffage, les emballages) et les loyers qui vont augmenter en moyenne de 2,5%, c'est 35% du panier des ménages qui sont concernés. Surtout, quand l'alimentation est touchée, c'est au quotidien que le consommateur ressent l'impact sur son pouvoir d'achat.
Le risque réside dans la charge reportée sur le consommateur. Il doit y avoir une corrélation entre les charges subies par les producteurs et le prix appliqué dans les rayons par les distributeurs. De plus, si les hausses sont systématiquement répercutées sur le produit final, les retournements de tendance et les baisses devront l'être également. La FRC surveille ces mouvements de près. On s'était habitué à une pression à la baisse sur les prix, mais cette ère est peut-être bien révolue. **N. T.**

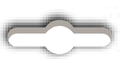
A la succursale **Magro** de Courrendlin, qui a des problèmes de calcul élémentaire. Une action sur des dentifrices, trois pour le prix de deux, est affichée à 7 fr. 80, alors que le prix d'un tube seul est de 3 fr. 50.

A la **Migros**, qui commercialise des peintures pour enfants Puffy, dont les explications sur l'emballage, y compris les mises en garde, sont rédigées uniquement en anglais.

A la société de vente par correspondance **Charles Veillon**, qui harcèle une dame par téléphone pour lui signifier qu'elle a un rabais de 15 francs sur sa prochaine commande et qui rappelle 44 fois en dix jours!

A l'hypermarché **Leclerc**, à Ferney-Voltaire (FR), dont les tickets d'achat indiquent un taux de conversion généreux: 1 euro à 6 fr. 55.

Au **Bio Alp Tea Classic** de la Coop, qui est vendu avec l'image du Cervin et dont les ingrédients proviennent d'Europe, d'Amérique du Sud et d'Afrique. Le Mont-Blanc, l'Aconcagua ou le Kilimanjaro auraient été plus adéquats.



Foie gras Il était une fois…

Tout ce que vous avez toujours voulu savoir sur ce mets des Fêtes, parfois incontournable, souvent décrié.

Le foie gras est un invité de marque sur les tables du réveillon. Alors que certains en raffolent, d'autres sont écœurés à l'idée de consommer ce fleuron de la gastronomie française. Faites votre choix en connaissance de cause.

Des hiéroglyphes sur les foies gras

L'apparition des premiers foies gras a eu lieu au pied des pyramides, il y a plus de 4500 ans. A l'époque, les Egyptiens découvrent que les canards et les oies migrateurs constituent des réserves de graisse avant leur déplacement. Comme l'homme est tout aussi imaginatif que la nature, c'est dans le berceau du Nil que les premiers palmipèdes sont retenus captifs et gavés au moyen de figues séchées, en vue de consommer leur fameux foie gras.

Cette spécialité culinaire s'est répandue au fil du temps comme une tache d'huile au Moyen-Orient et en Europe, pour se développer notamment en France. Avec la découverte des Amériques, c'est le maïs qui deviendra l'aliment de base du gavage.

Aujourd'hui, ce sont plus de 20000 tonnes de foie gras qui sont produites dans le monde par la France, qui domine le marché mondial, mais aussi la Hongrie ou encore la Bulgarie.

Passage au bloc

Si, jadis, le foie gras était consommé en tranches et grillé, de nos jours, les modes de préparation connaissent de nombreuses variations. Selon la teneur en foie gras, l'appellation sera différente.

- **Foie gras entier:** un ou plusieurs lobes de foie gras complet d'oie ou de canard. Sa coloration est uniforme, et il est vendu cru, mi-cuit ou en semi-conserve. Il peut en outre être en conserve, auquel cas il sera possible de le garder plusieurs années. Bien évidemment, c'est sous sa forme entière qu'il est le plus cher.
- **Foie gras (sans autre précision):** préparation de morceaux de lobes de foie gras agglomérés et assaisonnés provenant de différents palmipèdes. Facile à reconnaître, il présente un aspect marbré au tranchage.
- **Bloc de foie gras avec ou sans morceaux:** il s'agit d'un mélange de foies gras finement découpés, puis assaisonnés et émulsionnés avec de l'eau. Les morceaux, s'ils sont annoncés, doivent atteindre au minimum 30% du produit fini.

Les connaisseurs préfèrent le foie gras dans sa version entière plutôt que le bloc, dont la texture est différente. Mais ce dernier est plus répandu: élaboré avec de nombreux foies, sa qualité est plus régulière. Le bloc est aussi plus facile à servir.

Enfin, il existe toute une gamme de spécialités contenant plus ou moins de foie gras, comme le parfait de foie gras complété à 25% par des foies maigres, le médaillon et le pâté (min. 50% de foie gras), la galantine (mêlée à 50% de farce) ou encore la mousse (galantine à texture mousseuse).

Oie ou canard?

Pendant que les avis divergent, les deux espèces (issues de croisements entre animaux sauvages et sédentaires) migrent dans nos assiettes. Alors que le canard mulard aura un goût plus authentique, l'oie landaise donnera un foie gras au goût plus subtil en bouche. Contrairement aux idées reçues, l'oie n'est donc pas forcément considérée comme «meilleure» par tout le monde.

Ce qui est sûr, c'est que le canard est plus facile à élever (97% de la production, selon certaines sources), sa carcasse étant également plus facile à valoriser (sous forme de magret, par exemple). Les fabricants misent plus sur le canard, et son foie est donc moins cher.

Avec l'accent du sud-ouest…

Certains ne jurent que par la tradition alsacienne en matière de foie gras, d'autres préfèrent le savoir-faire du sud-ouest de la France. Une chose est sûre, la différence ne réside pas dans le goût du terroir. En effet, tous les palmipèdes sont gavés avec du maïs. Mais, selon le lieu de fabrication, l'assaisonnement lors de la préparation variera. Par exemple, les recettes alsaciennes préfèrent souvent les vins blancs, tandis que, du côté du sud, on trouvera plus de produits avec du cognac, de l'armagnac ou encore du porto.

Migration en Suisse

Ce sont bien sûr nos voisins français qui nous fournissent la quasi-totalité des produits consommés. Comme

Gavage: une technique

Si les techniques traditionnelles consistaient à gaver le volatile à la main, de nos jours, cette pratique est effectuée à la machine. Vers la fin de la période de gavage, ce ne sont pas moins de 600 g de maïs que les oies et les canards avalent de force, deux fois par jour. Les défenseurs des animaux volent donc souvent dans les plumes des producteurs de foie gras. De leur côté, les éleveurs rétorquent que le processus de gavage accentue le phénomène naturel de stockage de graisse dans le foie des oiseaux migrateurs, et qu'un ani-





HYPOCRISIE **En Suisse, il est interdit de pratiquer le gavage, mais la vente de produits issus du gavage sont autorisés.**

la demande est croissante, et que la production française ne suffit pas toujours, il n'est pas rare de trouver des foies gras élaborés en France issus de volailles élevées en Hongrie. Mais que ce soit en Suisse ou dans le monde, le foie gras vendu chez les grands distributeurs n'a plus rien d'artisanal. En effet, derrière les noms de marques très différentes ou prestigieuses se cachent en fait de grandes industries. Quelques exemples:

– **Euralis-Gastronomie** est de loin le leader du foie gras, avec des marques comme Bizac, Rougié, Montfort et Pierre Champion (vendu en ligne). Ce groupe du sud-ouest, qui pèse la bagatelle de 829 millions d'euros, s'est aussi spécialisé dans les semences de maïs.

– **ETS Feyel Artzner:** ce groupe alsacien plus modeste est très présent en Suisse, avec des produits tels que Feyel et Edouard Artzner. C'est aussi cette entreprise qui produit les préparations à base de palmipèdes non gavés telles que Fine Food et Hugo Dubno.

– Enfin, **Labeyrie**, spécialiste des produits gastronomiques festifs, aujourd'hui en main du groupe islandais Alfesca (propriétaire des marques comme Blini, produisant, entre autres, du tarama).

Ces groupes fournissent également de nombreux restaurants et boucheries. Difficile, dans ces conditions, de trouver un réel produit d'artisanat.

Si vous optez pour un petit commerce pour vous fournir, préférez les foies gras sans conservateurs (nitrite de sodium), mais ils sont plus difficiles à trouver. N'hésitez pas à demander au vendeur si le foie gras est préparé sur place et d'où proviennent les oies et les canards. En espérant qu'il soit de bonne foi… **Huma Khamis**

dure à avaler

mal stressé ne produit pas un bon foie. Il n'empêche que cet engraissement artificiel conduit l'organe à stocker des quantités importantes de graisses: il passe de 100 à 500 ou 600 g en une quinzaine de jours. Selon des études de l'Inra, en France, les animaux gavés ne semblent pas présenter des signes de souffrance. La stéatose hépatique (stockage de graisse dans les cellules du foie) serait réversible si le gavage est interrompu. Mais ces recherches ont été contestées par les associations de protection des animaux, qui dénoncent les liens entre les mandataires des études et les milieux impliqués dans la production de foie gras.

Par ailleurs, à l'échelle européenne, la pratique du gavage n'est pas bannie, mais les conditions d'élevage en cage individuelle (empêchant l'animal de bouger) sont interdites depuis 2004. Certains pays européens, comme la Pologne, ont, quant à eux, décidé d'arrêter la pratique du gavage. La Suisse, comme à son habitude ambivalente, ne permet pas ce traitement, mais n'interdit pas l'importation de produits issus de cette pratique. Et comme le consommateur suisse est sensible à cette problématique, les fabricants y ont trouvé une nouvelle brèche. Quelques produits issus d'élevages plus respectueux et ressemblant au foie gras sont disponibles dans les grandes surfaces. Deux exemples: Fine food (Coop) et Hugo Dubno (vendu chez Manor). Issus d'élevages différents, ils ne peuvent pas porter l'appellation «foie gras», dans la mesure où ce dernier est composé à 50% de graisse. Chez les animaux non gavés, cette teneur est bien plus faible. C'est pourquoi de la graisse sera ajoutée de manière à obtenir les mêmes pourcentages lipidiques que les vrais foies gras.
A vous de goûter. **H. K.**

Smartphones Etes-vous plutôt tactile ou passif?

Ils sont censés simplifier la vie et ils font tout, sauf le café. Adoptez un téléphone multifonctions vraiment futé.

C'est décidé, l'année prochaine, vous vous achetez un smartphone. Plus question de louper un rendez-vous ou un courriel important, vous êtes joignable partout, vous voulez naviguer sur le Net en tout temps et vous voulez être le maître de l'organisation. Ça, c'est la bonne résolution pour 2008. En théorie. Parce que, dans la pratique, toutes les bonnes résolutions ne peuvent pas être tenues par un simple appareil! Entre Blackberry et iPhone, en passant par Nokia, l'offre a de quoi désarçonner les plus motivés. La FRC a donc testé les principaux smartphones de l'année, dont le fameux iPhone tant attendu par les accros aux nouveautés. Mais, au fait, ça sert à quoi un smartphone?

Téléphoner, mais encore...

Ces téléphones «intelligents» sont munis de nombreuses applications telles que l'accès à la messagerie téléphonique (de préférence synchronisable avec celle du bureau) et la navigation Internet. Assez proches de l'agenda électronique, ils permettent en outre la gestion de l'emploi du temps et la lecture des fichiers les plus courants. Mais, les tests le prouvent, ils ne sont pas toujours de bons organisateurs. Selon les modèles, l'engin sert aussi de lecteur MP3, d'appareil photo ou, nouveauté dans le domaine, de navigateur GPS. Mais ces nouvelles fonctions relèvent bien souvent du gadget, en particulier l'option photo. Avant d'opter pour un modèle à la mode, pensez à évaluer non seulement vos besoins, mais aussi vos préférences en matière d'écran et de clavier. Un conseil, n'hésitez pas à manipuler l'appareil en magasin: la logique du fabricant n'est pas forcément la même que la vôtre!

Huma Khamis

ÉCRAN TACTILE

Autant le préciser d'emblée, ce ne sont pas forcément les plus adaptés à une utilisation professionnelle. Leur application agenda est en général assez faible, et comme l'entrée des données se fait au moyen d'un stylet ou des doigts, la rédaction de textes longs peu devenir laborieuse.

Le surprenant: MIO A501

Spécialisé dans la navigation GPS, Mio intègre à présent cette fonction dans un smartphone. Manque de chance, le test pratique révèle que l'utilisation en GPS est... mauvaise! En effet, les cartes fournies conviennent à un écran de 3,5 pouces, alors que l'appareil est muni d'un écran de 2,7 pouces. Par conséquent, les instructions ne sont pas claires du tout. Mio a-t-il perdu le nord?

POINTS FORTS: sensibilité au réseau, batterie
POINTS FAIBLES: mode wireless, navigation GPS
PRIX: 775fr.

L'inintéressant: HTC P3300

Avec sa molette et sa boule de commande, cet appareil surprend. Malheureusement, la combinaison des deux options complique l'accès aux fonctions principales et donne une impression de jouet. Là encore, l'agenda est décevant. Le wi-fi est extrêmement difficile à installer.

POINTS FORTS: envoi de SMS, batterie, sensibilité au réseau
POINTS FAIBLES: mode wireless, navigation GPS
PRIX: 939fr.

L'insipide: HTC P3600



Modèle un peu plus basique qui, hélas, ne présente aucun point fort. Bien qu'il soit muni d'un récepteur GPS, sa fonction de navigation est pourtant mauvaise. L'agenda est très faible. Seuls bons points, une batterie relativement bonne et un bon son.

POINTS FORTS: batterie, qualité du son
POINTS FAIBLES: musique, agenda personnel
PRIX: 679fr.



iPhone On en reste sans voix

Mais qu'est-ce qu'il a de plus que les autres? Aucun doute, le dernier bébé d'Apple a provoqué un raz de marée aux Etats-Unis. Et pour cause: l'entreprise a sorti le grand jeu pour ses premiers pas dans le monde de la téléphonie. Avec ses 135 g, iPhone est muni d'un écran et d'un système d'exploitation révolutionnairement nouveaux dans le domaine des smartphones. Principal atout: iPhone contourne judicieusement tous les fardeaux incommodes de ses concurrents du marché.

Epoustouflant...

Défaut majeur: l'appareil n'est pas encore disponible en Suisse. Et inutile de se précipiter pour l'acheter chez nos voisins: en effet, impossible d'obtenir le téléphone convoité sans souscrire un abonnement chez un opérateur agréé d'Apple qui, au passage, empoche près de 40% des bénéfices du contrat.
Et s'il est possible, plus ou moins légalement, de débloquer la carte SIM pour en utiliser une de son choix, le coût de l'abonnement reste dissuasif. Autre problème, le «craquage» du téléphone limite les fonctionnalités, et les mises à jour du système d'exploitation rebloquent le téléphone vers l'opérateur d'origine. Bref, mieux vaut attendre que l'iPhone soit disponible sur notre sol...
Nos laboratoires ont tout de même réussi à se procurer l'iPhone (avec son abonnement) et à le tester au même titre que les autres modèles.
Et les résultats sont époustouflants. Jamais mélange de métal et de plastique n'aura été aussi sensuel. On ne touche pas l'écran tactile, on le caresse du bout des doigts. Il ne fonctionne ni avec un stylet ni avec des gants, s'arrête lorsqu'on le met en poche, recadre l'image si l'écran est tenu de manière horizontale ou verticale. L'accès aux principales fonctions est totalement intuitif. L'image, mais aussi le son, sont d'une qualité exceptionnelle. Muni du wi-fi, il permet en outre de se connecter et de surfer sur le Net de manière très aisée.

... malgré ses défauts

Pourtant, ce bijou comporte de nombreux défauts. A commencer par les traces de doigts, qui sont nettement visibles après quelques minutes d'utilisation. La rédaction de textes est difficile, et, même si l'écran est très réactif, il est impossible de taper des SMS à l'aveugle, comme le permettent certains téléphones classiques. Autres détails qui déçoivent, le modèle actuel ne supporte pas l'UMTS (permettant l'accès à Internet haut débit lorsque le wi-fi n'est pas disponible) et, malgré ses 8GB de mémoire, il n'est pas possible de l'utiliser comme un périphérique de stockage de données. Enfin, comme pour tout appareil Apple, l'iPhone doit être renvoyé à l'usine pour remplacer la batterie. Très agaçant.
Mais, malgré ses imperfections, l'iPhone s'en sort haut la main dans les tests du laboratoire, comparé à d'autres modèles de la même catégorie. A ce stade, est-ce de la technologie ou de la sorcellerie?

POINTS FORTS: excellent écran, très réactif, organiseur plutôt bon
POINTS FAIBLES: batterie moyenne, appareil de taille un peu grande
PRIX: inconnu à ce jour

Le navigateur: Asus P535

C'est un des rares modèles du test qui ne supportent pas l'Edge. La transmission de données importantes passe automatiquement par le wi-fi. Présenté comme un smartphone, ce modèle relève plus du téléphone portable, avec quelques fonctions supplémentaires. La navigation GPS est acceptable.
POINTS FORTS: sensibilité au réseau, batterie
POINTS FAIBLES: mode wireless, agenda
PRIX: 779fr.

La pâle imitation: HTC P3450 Touch

Avec quelques fonctions accessibles par l'écran tactile, HTC tente de ressembler à l'iPhone. Mais la comparaison s'arrête là: l'usage du stylet, indispensable, n'est pas très commode. Sa petite taille permet de l'utiliser comme un téléphone normal. L'agenda est peu satisfaisant, et l'entrée des données est laborieuse. Ce modèle ne supporte pas l'UMTS.
POINT FORT: sensibilité au réseau
POINTS FAIBLES: musique, réactivité de l'écran
PRIX: 689fr.



AVEC CLAVIER

A l'opposé, cette catégorie est sans doute la plus adaptée à une utilisation professionnelle. Les points forts de ces modèles: la possibilité de consulter les mails et leurs principaux fichiers en pièces jointes. Mais attention, qui dit clavier ne dit pas forcément practicité! Pensez à essayer les touches en magasin avant l'achat.

L'austère: Blackberry 8300*

Blackberry est connu pour sa technologie qui permet l'accès en tout temps aux messages électroniques professionnels (pour autant que le serveur de l'entreprise soit configuré dans ce sens). Mais le clavier de son modèle phare étant très petit, il est extrêmement difficile à manipuler. Par ailleurs, même si ce smartphone est très sensible au réseau, sa taille imposante dissuade souvent l'utilisateur de s'en servir comme téléphone. Qui plus est, il ne supporte ni le wi-fi ni l'UMTS, ce qui pose non seulement des problèmes pour télécharger de gros fichiers, mais également pour la navigation sur Internet.
Pour essayer de rendre l'appareil plus attrayant, un lecteur Mp3 a été intégré. Mais la qualité du son est mauvaise. Et comme il bipe à chaque mail reçu, c'est vraiment le meilleur cadeau empoisonné que votre chef puisse vous faire à Noël!

POINTS FORTS: très bonne sensibilité au réseau, très réactif
POINTS FAIBLES: SMS, lecteur Mp3, écran et mode wireless
PRIX: 698fr.(abonnement indispensable)

* Le modèle en test est semblable au modèle 8310 commercialisé en Suisse, à l'exception près qu'il n'a pas de GPS embarqué.

Le spécialiste du mail: Blackberry

Pratiquement identique au modèle 8300, cet appareil n'a ni lecteur MP3 intégré ni appareil photo. Comme son cousin, il n'est pas évident de l'utiliser, l'accès aux principales fonctions et applications étant peu intuitif.

POINT FORT: très bonne batterie
POINTS FAIBLES: SMS, écran
PRIX: 551fr.(abonnement indispensable)

Le dépanneur: HTC S710 Pro

Son clavier coulissant permet de l'utiliser pour l'entrée de données. Malheureusement, les programmes sont relativement limités. Là encore, l'agenda est faible.

POINTS FORTS: batterie, entrée des données(mails, SMS, etc.)
POINTS FAIBLES: manque de réactivité, lecteur MP3
PRIX: 595fr.

Le volumineux: Nokia N90



Son double écran et son clavier font pas mal d'adeptes, malgré le fait que cet appareil est assez grand. Bon point, son lecteur Mp3, de bonne qualité globale.

POINT FORT: facilité d'entrée de données (mails, SMS, etc.)
POINTS FAIBLES: taille encombrante, navigation GPS
PRIX: 795fr.

Le pratique: Nokia E61i

Logique, facile dans la navigation et muni d'un bon clavier, le modèle est sans doute celui qui se rapproche le plus d'un bon smartphone. Les programmes fournis, de même que la facilité de synchronisation, en font un compagnon idéal pour une application professionnelle ou semi-professionnelle. Reste à gérer sa taille quelque peu encombrante.

POINT FORT: bon téléphone
POINT FAIBLE: très volumineux.
PRIX: 662fr.

Le bluffeur: Samsung SGH-i600

Intéressant, à première vue, mais méfiance! Les applications sont franchement mauvaises, de même que le clavier. Très lent. Bon téléphone, mais à déconseiller absolument comme smartphone!

POINT FORT: très bonne batterie
POINTS FAIBLES: agenda, entrée des données, écran, programmes
PRIX: 620fr.

L'incomplet: Motorola Q9



L'absence de wi-fi sur un modèle destiné à un marché professionnel est surprenante. Pourtant Motorola l'a fait. Et même si les applications fournies sont plutôt bonnes, le clavier est difficile à utiliser. Décevant.

POINTS FORTS: qualité du son, SMS.
POINTS FAIBLES: absence de wi-fi, mauvaise réactivité de l'appareil
PRIX: 750fr.



AVEC ÉCRAN TACTILE ET CLAVIER

Sans aucun doute, c'est parmi ces modèles qu'on trouve les smartphones les plus hétéroclites, de taille très variable. Attention, même s'ils semblent séduisants de prime abord, ils peuvent se révéler chers pour ce qu'ils apportent vraiment.

Le mélomane: Sony Ericsson P1i

Assez bon téléphone, ce smartphone supporte l'UMTS et le HSDPA, de même que le wi-fi. Bon écran et bon lecteur Mp3. Une déception tout de même du côté du clavier, peu pratique et qui sera surtout utile pour dépanner. Mais il reste de loin le meilleur choix de sa catégorie.

POINTS FORTS: bon écran, très bonne sensibilité au réseau.

POINT FAIBLE: un des rares appareils du test à n'avoir pas vraiment de point faible.

PRIX: 735fr.

Le mastodonte inutile: HTC X7500



Très gros, ce modèle pourrait presque être un petit ordinateur. Mais il n'est pas assez puissant pour être utilisable comme un vrai laptop, et son téléphone est franchement mauvais. Avec son clavier original, il permet toutefois d'entrer un très grand nombre de données, même si les applications telles que Word et Excel sont limitées. Pour le prix, autant acheter un véritable ordinateur.

POINTS FORTS: écriture de textes, entrée de données

POINTS FAIBLES: conception du téléphone, taille imposante

PRIX: 1485fr.

Le plastifié: T-Mobile MDA VArio



Son boîtier en plastique donne une étrange sensation de fragilité, et son clavier n'est pas des plus commodes. A déconseiller.

POINTS FORTS: bonne batterie, bonne qualité du son

POINTS FAIBLES: lecteur MP3, appareil peu réactif

PRIX: 928fr.

Le désespéré: Palm Treo 750

Largement dépassé par ses concurrents, Palm revient sur le marché avec un modèle doté d'un système d'exploitation Windows, plus performant que les systèmes originaux Palm OS. Sauf que le modèle Treo a non seulement un mauvais écran, mais son clavier n'est pratiquement utilisable que pour les SMS. Et vu sa taille imposante, ce smartphone n'a pas grand-chose d'avantageux pour séduire les utilisateurs potentiels!

POINTS FORTS: durée de la batterie, qualité du son

POINTS FAIBLES: imposant, données difficiles à entrer, manque de réactivité, programmes insuffisants.

PRIX: 860fr.

CONSO  MALIN

BATTERIES

- **Toutes les batteries ne se rechargent pas par le port USB.**
- **Attention, certaines batteries se déchargent même lorsque le smartphone est éteint. C'est le cas du Blackberry 8300, avec un risque de perte de données.**

NAVIGATION GPS

- **Méfiez-vous de la mention «GPS built-in». Même si le récepteur GPS est bien là, cela ne signifie pas forcément que les cartes et le programme de navigation sont disponibles!**
- **Si vous souhaitez utiliser votre appareil comme navigateur, pensez à vous procurer un chargeur et un kit d'installation pour la voiture.**

DIVERS

- **Attention à la connectique! Si la prise Mini-USB est devenue courante, certains appareils proposent un port Micro-USB. En général, le câble est livré avec l'appareil, mais il est très facile de s'emmêler les fils entre les différents câbles.**
- **La tentation d'acheter son appareil à l'étranger est grande. Mais, le changement de langue peut être compliqué.**

FRC WEB

Comme chaque appareil a ses spécificités, impossible de les classer du meilleur au pire. C'est donc, en fonction de l'utilisation, que se fera le choix.
Retrouvez les tableaux avec toutes les caractéristiques des smartphones, ainsi que les évaluations détaillées pour chaque critère,ainsi qu'un lexique technique sur: www.frc.ch



LES PASSIFS

Les modèles précédents vous font peur, et vous n'êtes pas sûr d'avoir vraiment besoin de toutes ces fonctionnalités? Optez pour les modèles qui suivent. Ils vous dépanneront selon les cas et peuvent être un choix de transition idéal avant de passer à la grosse artillerie.

Le bon compromis: Nokia 6110 Navigator

Plutôt petit, ce Nokia compense sa taille par un excellent écran. Côté connectivité, c'est un des rares modèles qui supportent le HSDPA (3,5G), permettant une rapidité dans le transfert de données proches du DSL. Même s'il ressemble à un simple téléphone, ses nombreuses capacités, dont la navigation GPS et son excellente gestion des mails, en font un choix très intéressant.

POINTS FORTS: bonne qualité du son et bonne sensibilité au réseau
POINTS FAIBLES: lecteur Mp3, entrée des données
PRIX: 559fr.

L'atypique: HP Ipaq 514

A priori, on le prend pour un téléphone tout simple, avec sa taille raisonnable. Malgré son écran un peu petit, cet iPaq n'est, au fond, pas si mauvais dans sa catégorie, avec un bon assistant personnel, un bon lecteur Mp3 et un équipement wi-fi.

POINTS FORTS: très bonne durée de batterie, bon téléphone
POINTS FAIBLES: accès aux SMS et entrée des données difficile, écran.
PRIX: 399fr.



Le fragile: Nokia N95

C'est un des premiers modèles Nokia à offrir la possibilité d'une navigation GPS originale: les cartes peuvent être téléchargées gratuitement, et seule l'activation de la fonction navigation GPS est payante (possibilité de payer par SMS). Ce système est idéal pour utiliser son téléphone, de manière ponctuelle, comme navigateur GPS. Les maladroits l'éviteront, car ce modèle est assez fragile et cher.

POINT FORT: très facile d'utilisation
POINT FAIBLE: difficulté pour entrer les données (rédaction des mails, etc.)
PRIX: 795fr.

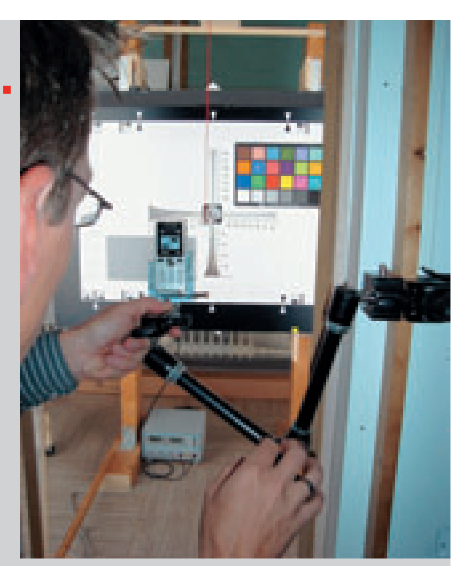
Le surprenant: Nokia E65

Ce modèle muni d'un lecteur MP3 n'est pas livré avec casque. Dommage. Sous ses airs un peu basiques se cache en fait un très bon smartphone passif, muni d'un bon agenda électronique. L'entrée des données et la rédaction de textes longs est toutefois un peu difficile.

POINTS FORTS: batterie, petite taille, comparée à d'autres modèles
POINT FAIBLE: écran peu pratique pour lire de longs textes
PRIX: 450fr.

Protocole de test A quatre contre un…

Etant donné la complexité et la polyvalence de ces téléphones intelligents, ce ne sont pas moins de quatre laboratoires qui se sont penchés sur les différentes performances des appareils.
Tout d'abord, **la fonction téléphone** a été testée au même titre qu'un portable normal, notamment sur la sensibilité au réseau, la qualité du son, la durée de la batterie et l'efficacité des principales fonctions (SMS, répertoire, etc.).
L'appareil photo, s'il est intégré, a été testé selon le même protocole que les appareils photo classiques.
Lorsque les écouteurs stéréo sont livrés avec l'appareil, **la fonction du lecteur MP3** a, elle aussi, fait l'objet d'un test différent, sur la qualité du son et la commodité d'emploi.
Les systèmes d'exploitation ont pour leur part été jugés par un laboratoire spécialisé dans les tests en informatique. Les questions de compatibilité et de synchronisation (e-mails, agenda) ont aussi été prises en compte.
Enfin, pour les appareils munis d'un **récepteur GPS**, de cartes et d'un programme adapté, la fonction de navigation a été mise à l'épreuve.



BANC D'ESSAI Pas moins de quatre labos européens ont examiné toutes les fonctions de ces appareils.



«Les ventes de smartphones montent en flèche»

Yannick Lavanchy, Key account manager chez The Phone House, à Pully.

Quelle est la part des ventes des smartphones par rapport aux téléphones mobiles traditionnels?

Cette année, on peut estimer que chez la clientèle business, c'est-à-dire les entreprises qui équipent leurs employés, les smartphones représentent presque la moitié des achats. Chez les privés, le pourcentage tourne autour des 15%.

Autant dire que les smartphones ont la cote…

Et ce n'est que le début. Les ventes de ces appareils montent en flèche. D'ailleurs, à l'avenir, les opérateurs vont concentrer principalement leurs offres commerciales sur les smartphones. Leur calcul est simple: le marché de la téléphonie classique, uniquement vocale, ne rapporte plus autant. Ce qui est intéressant, c'est de fournir des appareils multimédias qui proposent plein de possibilités de téléchargements… payants, bien sûr.



MARCHÉ PROMETTEUR ET RENTABLE «A l'avenir, les opérateurs vont concentrer principalement leurs offres commerciales sur les smartphones.»

Y a-t-il déjà des offres dans ce sens?

Oui. C'est le cas notamment de Swisscom, qui vient d'annoncer une passerelle pour que les clients privés puissent accéder aux serveurs de Blackberry. Jusqu'à présent, seules les entreprises pouvaient obtenir ces liaisons sécurisées. Je peux vous assurer qu'il y a une très nombreuse clientèle constituée de particuliers qui va se jeter sur Blackeberry, car elle est attirée par l'image de prestige liée à cette inaccessibilité.

Et l'iPhone dans tout ça?

Commercialemement, ce sera la première fois dans l'histoire de la téléphonie mobile qu'un fabricant touchera une remise de l'opérateur, un pourcentage lié à la consommation faite avec le produit l'iPhone. On sait aussi qu'en principe un seul opérateur et un seul revendeur décrocheront le contrat en Suisse, probablement en début d'année prochaine. Orange et Swisscom se disputent cette exclusivité, et The Phone House est sur les rangs pour le commercialiser. Une chose est sûre: l'engouement du grand public est là. Ce sera l'émeute.

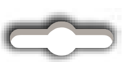
On en sait un peu plus?

Les conditions de contrat avec Apple seront drastiques. Les opérateurs ne pourront pas subventionner le téléphone, qui sera vendu au prix décidé par Apple. De plus, l'iPhone sera vendu impérativement avec un nouvel abonnement.

Cela veut dire que l'immense majorité des acheteurs d'Iphone se retrouveront par la force des choses avec deux abonnements?

Oui. Mais je vous signale que cette tendance aux deux abonnements existe déjà. De plus en plus de clients ont un abonnement pour le travail et un autre à usage privé. A l'avenir, ce sera peut-être même la norme.

Jean-A. Luque



Appareils photo Ayez le

Pas de doute, pour capturer les meilleures images du Père Noël, il faut savoir

Frustré par le manque de possibilités de votre appareil photo numérique compact? La FRC a testé pour vous les modèles reflex en kit. Malgré leur taille plus imposante et leur prix plus élevé, de plus en plus de photographes amateurs se découvrent une nouvelle passion pour ces appareils offrant davantage de réglages.

Zoom sur l'appareil

Evidemment, à première vue, les reflex numériques sont très différents des appareils compacts ou ultracompacts. Leur zoom n'entre pas dans le boîtier lorsqu'on éteint l'appareil, et, avantage pour certains, il est possible de le détacher et de le remplacer par un objectif d'une autre amplitude (même par celui d'un reflex traditionnel de la même marque). Alors que le compact fonctionne la plupart du temps en mode automatique, le reflex permet, lors de la prise de vues, de régler chaque paramètre séparément (diaphragme, vitesse de déclenchement, mise au point, balance des blancs, etc.). Tous les modèles permettent en outre de brancher un flash indépendant, qui donnera un meilleur résultat qu'avec le flash intégré au boîtier.

L'écran LCD du reflex, à l'inverse de celui de la plupart des compacts, ne sert qu'à visionner les photos, la prise de vues étant effectuée uniquement par le viseur. C'est pour cela qu'on les nomme «reflex»: la visée se fait directement au travers de l'objectif, grâce à un miroir réfléchissant. Ce que vous voyez est exactement ce qui est pris en photo, contrairement à d'autres types d'appareils, où l'on constate parfois une légère déviation.

Au cœur de cette technologie, un capteur (CDD ou CMOS), de plus grande taille, permettant d'obtenir de meilleurs clichés lorsqu'on utilise le reflex en haute sensibilité (1600 ISO, par exemple). Résultat: des images de plus grande résolution, plus fines. Avec des vitesses d'obturation jusqu'à 1/4000, un autofocus plus sensible, plus rapide, et la prise de vues en rafale, toutes les conditions sont réunies pour développer vos talents!

Mais, comme en photo, rien n'est tout noir ou tout blanc. Si le reflex ne vous convainc pas, vous trouverez peut-être votre bonheur dans la gamme des hybrides (lire encadré).

Focus sur le test

Même si les modèles choisis sont tous des «entrées de gamme», la qualité de la plupart des concurrents du test est plutôt bonne. A quelques exceptions près:

– Nikon D80 provoque un fort vignettage: les bords de la photo seront souvent plus sombres que le centre.

– Sigma SD 14 déçoit nos experts, aussi bien en mode manuel qu'en automatique, en particulier sur les détails des clichés pris à l'extérieur et les portraits.

– Olympus E-400 pèche, pour sa part, lors de la mise au point en mode manuel et automatique. Aucun problème lorsqu'il s'agit de photographies en macro, mais, à deux mètres, le manque de précision se fait cruellement sentir.

– Canon EOS 400 D gère très mal la balance des blancs et les contrastes en mode automatique. Conclusion, les couleurs seront décevantes.

Huma Khamis

- très bon
- bon
- satisfaisant
- peu satisfaisant
- insuffisant

PRIX	
CARACTÉRISTIQUES TECHNIQUES	Résolution réelle (Mpx)
	Zoom mesuré
	Ouverture max.
	Vitesse d'obturation
	Sensibilité (ISO)
	Poids en g (batterie incluse)
	Type de carte mémoire
QUALITÉ DE L'IMAGE (30.5%)	Nombres de photos/512MB
	Résolution
	Couleurs (auto)
	Couleurs (manuel)
	Test pratique (auto)
	Test pratique (manuel)
	«Bruit»
	Sensibilité
	Vignettage
	Distorsion
	Précision de mise au point (auto)
	Précision de mise au point (manuel)
VISEUR ET ÉCRAN (12.5%)	Précision du viseur
	Qualité du viseur et de l'écran
FLASH (8.5%)	
BATTERIE (10.5%)	
POLYVALENCE (12.5%)	
FACILITÉ D'EMPLOI (25.5%)	
APPRÉCIATION EN MODE AUTO	
APPRÉCIATION EN MODE MANUEL	
APPRÉCIATION GLOBALE	



bon reflex!

vous équiper. Et ce n'est pas forcément qu'une question de prix.

SONY ALPHA 100 + 18-70MM SAL–1870	NIKON D40X KIT DX 18-55MM EDII	NIKON D80 KIT DX 18-70MM	NIKON D40 KIT DX 18-55MM EDII	PENTAX K10D KIT + 18-55MM DA AL	SIGMA SD 14 KIT + 18-50MM F3,5 – 5,6 DC	OLYMPUS E-400 KIT 14-42MM ED	CANON EOS 400D + 18-55MM EF-S
849.–	845.–	1465.–	648.–	1087.–	2208.–	829.–	944.–
10	10	10	6	10	14	10	10
36 – 140	27 – 82.5	27 – 105	27 – 82.5	27 – 82.5	30.6 – 85	28 – 84	29 – 88
3.5 – 5.6	3.5 – 5.6	3.5 – 4.5	3.5 – 5.6	3.5 – 5.6	3.5 – 5.6	3.5 – 5.6	3.5 – 5.6
1/4000 – 30	1/4000 – 30	1/4000 – 30	1/4000 – 30	1/4000 – 30	1/4000 – 30	1/4000 – 60	1/4000 – 30
100 – 1600	100 – 3200	100 – 3200	200 – 3200	100 – 1600	100 – 800	100 – 1600	100 – 1600
945	800	1045	790	1070	1090	680	810
CF I ou II ou MemoryStick DUO	SD Card	SD Card	SD Card	SD Card	Compact Flash II	Compact Flash II ou xD Card	Compact Flash II
120	64	66	137	101	56	39	130
⊕	■	⊕	●	●	●	●	⊕
■	■	■	■	■	●	■	▲
●	●	■	■	■	●	■	■
■	■	■	■	■	▲	■	■
■	●	■	■	■	▲	■	■
●	■	■	■	■	⊕	■	■
●	■	■	■	■	●	■	■
●	■	▲	■	■	●	●	■
⊕	●	●	●	●	⊕	⊕	●
■	■	■	■	■	●	▲	■
■	■	■	■	■	●	▲	■
⊕	⊕	⊕	⊕	⊕	⊕	⊕	⊕
●	●	●	●	●	●	●	●
●	●	●	●	●	■	■	■
⊕	⊕	⊕	⊕	⊕	●	⊕	⊕
●	●	●	●	■	■	●	■
●	⊕	●	●	●	●	●	●
●	■ / ●	●	●	■ / ●	■ / ●	■ / ●	■ / ●
●	●	●	●	●	■ / ●	■ / ●	■ / ●
70.76%	67.91%	66.76%	65.62%	65%	61.67%	60.45%	61.06%

Les choix de la FRC



849 fr.

Sony Alpha 100, un modèle de 2006, s'installe à la première place, malgré les nouveautés lancées cette année.



648 fr.

Nikon D40, un des plus légers du test, est un choix avantageux.

Entre les deux... L'hybride

Compromis entre compact et reflex, la gamme d'appareils appelés «hybrides», «bridges» ou «prosumers» permet presque tout autant de réglages. A une différence de taille près: le zoom n'est pas interchangeable. Même si les «bridges» sont en général un peu moins volumineux, la qualité d'image équivaut souvent à celle d'un reflex. Toutefois, pour certaines prises de vues, en faible luminosité, par exemple, les reflex gardent un avantage certain. A vous de choisir.

FRC WEB

Les résultats des hybrides testés cet automne sont disponibles sur notre site Internet www.frc.ch

	REFLEX	HYBRIDE
Objectif/zoom	interchangeable	fixe
Focale minimale zoom	grand angle 28 mm env.	semi-grand angle: 35 mm env.
Focale minimale zoom	téléobjectif 105 mm env.	souvent au-delà de 200 mm
Objectifs traditionnels même marque	utilisables	impossible (zoom non détachable)
Diagonale du capteur	1 pouce (2,54 cm) env.	0,5 pouce env.
Taille des pixels	6 micromètres env.	3 micromètres env.
Viseur	optique	LCD ou absent
Ecran LCD	visionnage	visionnage ou cadrage
Vidéo	impossible	possible
Balance des blancs	automatique, valeurs préétablies, manuelle, prise de vues en série selon plusieurs réglages	automatique, valeurs préétablies, parfois manuelle
Contrôle d'exposition	programmes, priorité vitesse, priorité ouverture, manuel	programmes, souvent priorité vitesse, et priorité ouverture, manuel

Protocole de test

Le laboratoire a évalué les différents appareils sur plus d'une centaine de points, résumés dans notre tableau.

– **QUALITÉ DE L'IMAGE:** la résolution de la photo est évaluée sur des images prises en longue focale ou en courte. Une charte de couleurs a permis de mesurer le rendu des couleurs, le contraste et la luminosité en mode manuel et automatique. Le jury (formé de trois experts et deux profanes) a également testé les appareils à l'extérieur comme à l'intérieur, avec ou sans flash, en différentes situations. Le bruit, le vignettage, la distorsion ont été mesurés par ordinateur sur des photos prises dans des conditions identiques. La précision de l'autofocus a, quant à elle, été évaluée sur les détails d'une plante en macro. Enfin, un appareil reproduisant les mouvements naturels de la main a également été utilisé afin évaluer la fonction de stabilisation d'image.

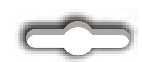
– **LE VISEUR ET L'ÉCRAN LCD** ont, eux aussi, été appréciés par le jury. Un éclairage artificiel reproduisant le soleil a permis en outre d'identifier les écrans qui présentent des problèmes de contraste en plein jour.

– Le **FLASH** a été évalué dans une pièce éclairée, puis dans une chambre sombre où ont été disposés différents éléments à des distances connues.

– La **DURÉE DE BATTERIE** a été testée par prise de photos et réglage du zoom successifs, jusqu'à ce que l'appareil s'éteigne.

– la **POLYVALENCE** de l'appareil a été évaluée sur plus d'une cinquantaine de points, comprenant, entre autres, la connectique.

– La **FACILITÉ D'UTILISATION** a été testée par un jury qui a notamment étudié le manuel d'utilisation, la rapidité de prise de photos et d'allumage de l'appareil.



Est-ce le moment d'investir dans la HD?

Avec la haute définition, on vous promet une qualité d'image inégalée. Mais les programmes ne suivent pas.



MARKETING AGRESSIF Impossible d'éviter l'offensive technologique pour Noël. Mais, ne succombez pas encore.

L'air du temps est aux écrans plats LCD et plasma, HD Ready ou Full HD. Les vendeurs ne jurent plus que par la HD (haute définition). Mais cette technologie n'en est qu'à ses débuts, et on peut se poser la question de savoir si, pour l'heure, il ne s'agit pas d'un simple argument de marketing.

Si un téléviseur est présenté comme HD Ready ou Full HD, cela ne signifie pas que l'on pourra regarder le téléjournal de la TSR avec le même niveau d'excellence et de qualité. Il faut en effet que le signal émis par la chaîne soit lui-même en haute définition. Et c'est là que le bât blesse. Même si un canal HD est annoncé pour la fin de l'année (voir encadré), il n'existe actuellement en Suisse aucun programme diffusé avec cette norme. Et si c'était le cas, un boîtier pour le décoder serait nécessaire.

Signalons quand même que ces télévisions permettent d'augmenter la définition de l'image grâce à un système interne appelé «upscaler». Mais avec ce «gadget», on est encore loin de la HD.

Blue-Ray contre HD DVD: le choc des titans

Pour ceux qui possèdent déjà un téléviseur HD et qui aiment le cinéma, le DVD a trouvé ses successeurs: le HD DVD, de Toshiba, et le Blue-Ray, de Sony. Mais lequel choisir? Impossible de le dire. La guerre commerciale pour imposer un standard unique fait rage. Certains studios, comme Fox, éditent leurs films seulement sur Blue-Ray, et d'autres, dont Universal, sur HD DVD. Ces disques offrent une qualité d'image renversante en Full HD. Mais le prix des appareils, le peu de titres disponibles et le manque de clarté quant au vainqueur potentiel rendent ces technologies inintéressantes pour le consommateur. Inutile d'acheter un standard si dans quelques années il est voué à disparaître au profit de son concurrent.

Pas d'urgence pour la HD

«A moins que vous ne soyez féru d'images, il n'y a pas d'urgence pour la HD. Avec le DVD, on peut déjà arriver à de très bons résultats», confie Gaël Sola, responsable technique chez Audio Concept, à Lausanne. Mais si vous tenez absolument à dépenser une somme conséquente pour un nouveau téléviseur à écran plat, un modèle HD vous permettra d'être prêt au moment où l'offre de programmes deviendra intéressante.

Laurent Diserens

HD Ready ou Full HD?

Il existe deux normes pour la HD. La première est le HD Ready. Pour qu'un téléviseur puisse bénéficier de cette caractéristique, il doit être capable de reproduire une image de 1280 pixels de base par 720 de hauteur. Il doit, en plus, disposer d'une entrée HDMI, le système de câble adapté à la haute définition.
Pour sa part, une télévision Full HD doit pouvoir afficher une résolution de 1920 pixels par 1080. Un appareil de ce type aura donc une meilleure définition, mais la différence de qualité ne se verra que sur des écrans de plus de 100 cm (40 pouces) de diagonale.

La TSR bientôt en HD?

Du côté de l'offre de programmes en HD, les choses bougent lentementdu côté de la SSR. Un canal en HD sur le satellite est annoncé pour… bientôt. «HD suisse diffusera des productions maison et des coproductions signées TSR, SF et TSI», affirmait récemment un communiqué de presse. Les programmes principalement sportifs seront diffusés dans les quatre langues nationales.
En attendant, Cablecom diffuse depuis le 27 novembre, trois chaînes HD pour 15 francs par mois. Pour sa part, Canalsat propose Canal+, M6, TF1 et la chaîne National Geographic.





La lettre de Claude-Inga Barbey

Mon fils s'est mis à boire du café, parce qu'il le vaut bien… Je pense…

Mais il boit du Nespresso exclusivement. Pour boire du Nespresso exclusivement, il faut acheter très cher une machine qui ressemble à une radio des années cinquante, ou à une pompe à essence sur la route 666, et, après, commander des jolies capsules sur Internet. Il y a tout un choix de jolies capsules, de toutes les couleurs. Elles sont présentées dans un catalogue en papier glacé que mon fils reçoit régulièrement: «Le magazine pour des instants précieux». Pour chaque instant précieux, on peut choisir une capsule: arpeggio, voluto, cosi ou vivalto, et les instants précieux arrivent par la poste dans une jolie boîte en bois qui s'appelle «Discovery» et qui coûte la modique somme de 60 balles. On peut même acheter un «Round», c'est-à-dire un bête pot en verre pour stocker les capsules quand on les a sorties de la boîte «Discovery», 80 balles seulement le pot en verre, et puis un «Wall Wood» pour accrocher au mur, une sorte de présentoir qui ressemble à un échiquier pour Télétubbies: 149 francs seulement pour afficher ses «grands crus».

Un café égale une capsule. Quand la capsule est trouée par les petites dents parfaitement détartrées de la machine, il ne faut pas la jeter, mais la rapporter chez Nespresso. C'est le «club recycling». Or, lundi, je me suis dit que j'allais simplement foutre loin les trois sacs plastique remplis de capsules trouées qui traînent à la cuisine depuis un mois. Et puis j'ai eu des scrupules. George Clooney étant de gauche, anti-Bush, beau gosse et plein d'humour, je me suis dit que je ne pouvais pas décevoir George Clooney et que je me devais de rapporter les capsules dans leur lieu de conception. Après avoir foutu loin les bouteilles en Pet à la décharge, les bouteilles en verre et le compost, je puais la vinasse et les vieilles épluchures, une infection. Je suis allée à la boutique Nespresso. Une jeune fille très raffinée, portant un tailleur couleur capuccino, m'a tenu la porte en me souhaitant la bienvenue chez Nespresso. Je suis entrée avec, à bout de bras, mes trois sacs plastique dégoulinant de jus brunâtre.

«Vous venez déguster le nouveau malabar moussonné à la lounge?»

Je n'ai pas compris tout de suite: «Non, je viens rapporter les capsules usagées…»

« Si vous voulez bien patienter quelques minutes… »

Elle m'a pris les sacs des mains en levant très haut ses jolis petits poignets cerclés de bracelets, et a traversé la boutique, les narines pincées. J'ai attendu en jetant un coup d'œil autour de moi. Tout… de la taille de la cuillère en passant par le diamètre de la soucoupe est étudié. La courbe des anses, l'arrondi de la tasse. Et tout est à vendre. Le totem pour la table, le concept autocapuccino kit.

Nespresso, c'est un concept de marketing génial. On devient membre d'un club d'échanges et de connaisseurs, on a une carte «privilège», un conseiller personnalisé pour les «grands crus», un numéro d'assistance gratuit dans le monde entier, un détartreur personnel, tout ça parce qu'on boit un café. J'étais en train de me demander si mon fils buvait du Nespresso pour se sentir un type important, et si je devais envisager de l'emmener consulter un bon psychiatre, quand la jeune personne est revenue vers moi avec un petit sourire légèrement méprisant, les narines pincées. «Voici, vos sacs vides, Madame, je n'ai rien pu faire de plus pour les nettoyer. Le club vous recommande, pour la prochaine fois, son petit container à capsules usagées.»

Je suis sortie de là complètement écœurée. Je me sentais humiliée, vieille, moche et sale, alors que quelques heures plus tôt, en quittant la décharge municipale de la ville de Lausanne, je m'étais senti une énergique citoyenne pleine de bonnes intentions. En remontant dans ma voiture, je me suis dit qu'il suffisait d'inventer un concept, peu importait le produit, pour se faire un maximum de pognon. Des Pampers avec un jouet à construire dans le double fond, un «Kinder Pampers Club» parrainé par Mimi Mathy, ou alors des sacs poubelle à l'effigie d'Alain Morisod. Un club de sacs poubelles avec lounge, carte de membre, et choix de petites ficelles assorties à la couleur de vos yeux.

« Talking about pigeon? What else?…»

Une consommatrice aigrie qui vous veut du bien





Pain suédois *Des miettes de vérité*

Quelques innocentes biscottes au petit-déjeuner pour remplacer le pain? Bonne idée, mais méfiez-vous tout de même. Même si les fabricants mettent en avant la teneur en céréales et essaient de nous faire gober n'importe quoi, les allégations santé ne sont pas toujours une réalité. Selon le test de «Que choisir» en novembre dernier, de nombreuses pains suédois, biscottes et autres pains grillés contiennent trop de graisses, en particulier des graisses saturées dont il faudrait réduire la consommation. Sans compter les quantités de sel, très variables d'un produit à l'autre. Enfin, ne comptez pas sur ces produits pour être moins riches en calories. Bien souvent, elles contiennent des sucres ajoutés. Pensez à consulter la liste d'ingrédients avant de choisir.

LES MEILLEURES DU TEST:
Krisprolls, céréales et fibres, 2fr.70
Céréal de Gerblé Grillet, 3fr.80

Maquillage Dévoilez votre vrai visage!

Bien sûr, on le sait toutes, le démaquillage du soir permet de laisser respirer la peau et évite de se réveiller avec des yeux de panda, cernés de noir. Mais que celle qui n'est jamais allée se coucher sans se démaquiller, par flemme ou par manque de temps, nous jette la première rondelle de coton! Pourtant, le choix de démaquillants est vaste, selon nos confrères de «Stiftung Warentest» en novembre. Et les produits sont en majorité plutôt bons. Alors, lotion, huile ou lingette, à vous de choisir.
Petit conseil pour celles qui ont les yeux sensibles, optez pour un produit sans huile, qui pénètrera moins facilement dans l'œil.

LES MEILLEURS DU TEST:
Louis Widmer Démaquillant pour les yeux waterproof non oily, 15fr.
Nivea Visage Lait démaquillant douceur, 8fr.90
Bebe Young Care Lingettes démaquillantes peaux norma-

Cartes routières



Trouvez le bon plan



Que ce soit pour une balade au petit bonheur la chance en Suisse ou pour éviter d'investir dans un navigateur GPS, une carte routière peut parfaitement faire l'affaire lors des déplacements. Surtout dans notre contrée, où les panneaux indicateurs sont en règle générale assez clairs.
Grosse surprise, certains éditeurs oublient tout simplement de mettre à jour leurs plans, de mentionner un col, une nouvelle autoroute ou encore déforment les contours de nos beaux lacs. C'est ce que révèle le magazine alémanique «K-tipp», qui a épluché, au mois d'octobre, onze cartes couvrant notre pays.
Un seul regret: le magazine ne donne aucun conseil pour réussir à replier la carte du premier coup!

LES TROIS MEILLEURES:
Carto Travel Suisse, 14 fr.80
Euro-Map Suisse, 14 fr.80
TCS Suisse, 14 fr.80





Album photos *Encadrez vos fichiers!*

Vous vous souvenez de ces centaines de photos numériques qui traînent dans votre ordinateur et que plus personne ne regarde? Installez-les dans un cadre numérique, en images fixes ou en diaporama. Eh oui, ça existe. Pas de doute, ce cadeau fera certainement des heureux autour de vous pour les Fêtes! Mais le magazine «60 millions de consommateurs» qui en a testé dix au mois de novembre, nous révèle que tous ne se valent pas. En effet, les moins bons présentent des reflets parasites importants, notamment lorsque le cadre est en plastique noir brillant.
Par ailleurs, tous nécessitent une alimentation électrique (les rares avec batterie ont une autonomie très faible) et consomment souvent plus qu'une TV en veille.

LES MEILLEURS DU TEST:
Kodak Easy Share EX811, 289 fr. 45
Parrot Photo Viewer 7", 265 fr.
Philips 7FF1, 251 fr. 10

DR

Bûches et pellets Les prix

Les grandes surfaces proposent des petits paniers de quelques kilos. Il vaut

S'offrir un poêle pour le salon, c'est tendance. Depuis cinq ans, le marché double ses ventes chaque année. C'est aussi économique, compte tenu du prix du mazout, et écologique. Un marché que les grands du bricolage ont vite investi, au risque que le consommateur s'y brûle les doigts, question prix des bûches et des pellets de bois.

Pour les bûches, Hornbach sort grand vainqueur. Ses prix défient toute concurrence, avec un filet de 15 kg de bûches à 4 fr. 60. C'est aussi le seul distributeur à vendre en gros, en l'occurrence une stère à 139 fr. Un prix très intéressant, à condition de prévoir la camionnette et quelques bras costauds! Un bémol toutefois, il s'agit d'un mélange d'essences.

Jumbo, avec un lot de 15 kg à 13 fr. 40, est près de trois fois plus cher que Hornbach. Migros offre plusieurs choix de bûches. Difficile de s'y retrouver, même en se concentrant sur le hêtre uniquement. Deux produits de cette essence sont disponibles, impossible pourtant de connaître l'origine de la différence de prix. Nous avons donc choisi le moins cher.

Hornbach remporte encore la partie pour les pellets, avec 7 fr. 50 les 15 kg. Mais l les différences de prix sont nettement moins marquées, 7 fr. 90 les 15 kg chez tous les autres, hormis chez Jumbo, encore une fois le plus cher à 8 fr. 95, et Obi, à 8 fr. 90.

Du côté des bûches compactées, avant même de comparer les prix, nous nous sommes demandé quel était leur avantage. Elles se consument plus lent On en utilisera donc moins. A réserver à ceux qui veulent charger moins souvent leur poêle et qui ont peu de place de stockage. Encore faut-il avoir une idée claire de la différence d'heures de combustion. Seul un distributeur, Coop, nous a donné une information valable, soit 4 bûches compactées à la place de 30 traditionnelles pour deux heures de combustion.

Problèmes d'étiquetage

Si Hornbach s'est distingué en bien, question prix, ce n'est pas le cas en ce qui concerne l'étiquetage. L'essence du bois n'était pas indiquée sur les paquets. Dommage, car la qualité de combustion en dépend. On attend des distributeurs qu'ils indiquent clairement la ou les essences utilisées. Il serait aussi intéressant d'avoir une information sur le taux d'humidité du bois: plus celui-ci est élevé moins la combustion est bonne. Une indication des kW par kilo ou mètre cube serait idéale. On en est loin!

L'achat de bûches ou de pellets en grandes surfaces doit rester une solution de d D'autres canaux de distribution, à savoir principalement les commun et les centres de vente de bois (liste sur **www.bois-energie.ch**), sont meilleur marché. Certains paysans ou propriétaires de forêts proposent aussi la vente de bois aux privés.

Nadia Thiongane



ACHETEZ FÛTÉ
Si vous avez de l'espace pour entreposer vos bûches, privilégiez l'achat en gros.

Bûches ou pellets?

Le poêle à bûches, c'est le must pour les puristes. Il offre une plus jolie flamme, et le choix en matière de modèles est plus varié. Il demande par contre plus de «travail». Les poêles à pellets (ou granulés), eux, sont automatisés. Moins de manutention de bûches ou de cendres à enlever, seulement des sacs de granulés à verser dans la réserve une à trois fois par semaine. Ils peuvent également être enclenchés à distance. Le poêle à bûches est trois ou quatre fois moins cher à l'achat. Dès le 1er janvier, suite à la révision de l'ordonnance sur la protection de l'air (OPair), seuls les appareils dotés du label Energie-bois Suisse ou d'une déclaration de conformité auront le droit d'être vendus sur le marché suisse.

		HORNBACH		OBI	LANDI
BÛCHES	PRIX (15 KG)	4 fr. 60[1] (vente au détail)	2 fr. 80[2] (vente à la stère)	7 fr. 10	8 fr. 95
	ESSENCE	mixte (y.c. hêtre)	mixte (y.c. hêtre)	hêtre	hêtre
PELLETS	PRIX (15 KG)	7 fr. 50		8 fr. 90	7 fr. 90
BÛCHES COMPACTÉES	PRIX (10 KG)	4 fr. 30		7 fr. 90	4 fr. 50

[1] et [2]: prix au dcm^3 / m^3 ramené au kg selon poids du hêtre (1 stère = 1 m^3 = 750 kg)
Prix relevé: le moins cher trouvé en magasin pour le hêtre, à défaut, mixte contenant du hêtre ou du bouleau.

flambent!

mieux privilégier les achats en gros.


Jean-Bernard Sieber/ARC

CONSO MALIN

- **Choisissez des bûches de hêtre, qui est l'essence au meilleur pouvoir calorifique. A défaut, le chêne, le frêne ou l'érable sont aussi de bonnes alternatives**
- **Evitez les essences mélangées**
- **Le bois doit être séché au moins deux ans**
- **Pour l'achat d'un poêle, rendez-vous chez un spécialiste, les conseils que nous avons obtenus dans les centres de brico-loisirs laissent à désirer, et se sont même parfois révélés inexacts**
- **Pas de déchets (plastiques, résidus de bois usagé, cartons, etc.) dans les fourneaux, ces pratiques sont illégales et polluent. Ne doit y brûler que du bois à l'état naturel. L'allumage peut être assuré avec un minimum de papier.**

COOP BRICO-LOISIRS	MIGROS DO-IT	JUMBO	GARDEN CENTRE CHARMOY (VD)
9 fr. 95	11 fr. 50	13 fr. 40	19 fr. 40
hêtre	hêtre	hêtre	bouleau
7 fr. 90	7 fr. 90	8 fr. 95	
15 fr. 30	6 fr. 50	8 fr. 25	

CHECK-LIST...

La course aux jouets

A l'heure de se lancer dans les derniers achats avant Noël, essayez de trouver l'équilibre entre l'envie de faire plaisir et le bon sens. Comment s'y prendre pour faire plaisir en toute conscience et sécurité.

J comme jugeote
Ne prenez pas l'enfant pour un surdoué. L'emballage indique en général un âge à partir duquel le jouet peut être utilisé. Inspectez le jouet. Lisez le mode d'emploi avec l'enfant et donnez-lui des explications, si nécessaire.

O comme ouille!
Pour le bien de toute la famille, choisissez des jouets qui ne font pas de bruit, car cela peut vite tourner au vacarme. Sinon, préférez les jouets dont le volume sonore peut être contrôlé. Attention, les enfants sont souvent tentés de coller leurs oreilles contre le joujou.

U comme utilité
Les jouets à plusieurs fonctions lasseront moins rapidement junior. Privilégiez les jouets qui stimulent l'imagination. Des jouets solides, lavables, réparables ou en matériau noble dureront et pourront être recyclés par d'autres enfants.

E comme emballage
Prenez le temps de décrypter l'emballage. E comme écologie, aussi. Les emballages volumineux gonflent les déchets. Préférez les jouets sans pile ou qui fonctionnent au solaire. Sinon, achetez des batteries rechargeables.

T comme travail
Les conditions de travail en Chine ont fait l'objet de nombreux articles. Hélas, la situation ne s'améliorera que grâce à la pression des consommateurs. Pensez à acheter vos jouets à l'avance pour éviter les politiques de flux tendu dans les usines.

S comme santé
Les petites pièces ou les objets pointus peuvent être dangereux. Vérifiez tout ce qui peut être porté à la bouche. Et comme la santé englobe aussi le mental, évitez les jeux vidéo violents qui peuvent perturber les plus jeunes. Résistez aux demandes de ces derniers, même s'ils affirment être assez grands et qu'ils n'ont pas peur.

H. K.





MAL PRATIQUE Cette plaquette n'est pas prédécoupée et le nom du médicament y figure aléatoirement. Résultat: difficile à manier et à identifier.



PAS EFFICACE La dénomination commune internationale de ce médicament ne figure pas sur la plaquette. Et les compartiments n'ont pas été découpés au préalable.

Un conditionnement loin

Inscriptions tronquées, dosage mal indiqué, forme galénique imprécise. Les em

Prenez la notice d'utilisation de Voltarène, qui ne mentionne ni le conditionnement (poudre, comprimé, suppositoire) ni l'unité de poids. Ou une plaquette de Simvastin, substance utilisée contre le cholestérol, qui devient anonyme lorsque le patient la scinde pour remplir son semainier. Le nom de ce produit n'apparaît en effet que sur un compartiment sur deux…

Les exemples sont légion: des notices passe-partout pour l'Irfen, où le mode d'emploi se rapporte aussi bien à l'Irfen -200 que -400, -600 que le -800 retard; pas de forme galénique ni de dosage indiqués dans la notice de l'Ecofenac retard. Quant aux plaquettes contenues dans les emballages, elles ne sont parfois guère plus parlantes: impression aléatoire du nom du médicament, voire aucune mention de la substance active. Certaines plaquettes se révèlent de surcroît difficiles à manipuler, en raison d'une absence de prédécoupage.

Conforme à la loi

Cette présentation des médicaments, aussi discutable soit-elle, n'en est pas moins conforme à la loi, comme le relève Jean-Christophe Méroz, chef suppléant de la division «législation» de Swissmedic: «Les informations suivantes doivent figurer sur un emballage rédigé dans deux langues nationales: l'indication qualitative et quantitative des principes actifs en latin ou selon la dénomination internationale commune.» Et d'ajouter : «Le nom du médicament ne doit pas être contraire à l'ordre public et aux bonnes mœurs, ou susceptible d'induire en erreur ou de prêter à confusion.»

Certes, Swissmedic, l'autorité de surveillance des produits thérapeutiques de la Confédération, contrôle l'efficacité et la sécurité d'emploi de tous les médicaments dont elle autorise la commercialisation en Suisse. Mais, dans la pratique, c'est une autre histoire: «Un médicament n'est pas un cosmétique. Des inscriptions imprécises et mal hiérarchisées peuvent diminuer l'adhésion des patients à un traitement», alerte le Dr Jean-Luc Bourban, médecin généraliste à Fully (VS).

Et ce praticien d'enfoncer le clou avec les médicaments génériques: «La situation s'est encore singulièrement dégradée depuis que l'on en fait la promotion et que l'ordonnance du médecin peut être interprétée par le pharmacien.» Ce souci de sécurité est partagé par Marcel Mesnil, secrétaire général de pharmaSuisse, l'association suisse des pharmaciens, qui renchérit: «La substitution générique demande un travail sérieux au pharmacien et une explication précise à l'adresse du patient, pour éviter les erreurs de prise. C'est important qu'un pharmacien ait une vue d'ensemble des médicaments pris par un patient, une sécurité qui fait défaut dans les régions de Suisse alémanique, où les médecins vendent eux-mêmes les médicaments qu'ils ont en stock et ignorent ce que les autres ont vendu.»

«Prévenir les accidents»

Quels risques encourent réellement les malades? «Pour les patients, ce serait plus clair si les génériques avaient une appellation unifiée, analyse Marcel Mesnil. Cela permettrait de prévenir les accidents.» Un exemple? «Un patient qui prend un Cellidrin pour inhiber la formation d'acide urique peut s'administrer en plus un comprimé d'Uriconorm qu'il aura obtenu ailleurs, croyant qu'il s'agit de deux médicaments différents, alors que c'est la même substance…» Et quand il faut une loupe pour dénicher la dénomination commune internationale «Diclofenac 100 mg» sur un emballage, comment deviner qu'un comprimé d'Ecofenac 100 mg est équivalent à un Voltarène 100 mg? Or abuser de cet anti-inflammatoire s'avère dangereux.

Pour Marcel Mesnil, si le pharmacien remplace un médicament

DANGER **Le nom du médicament ne figure que sur la moitié de la plaquette. Quand les compartiments sont séparés, la moitié d'entre eux deviennent anonymes…**



INEMPLOYABLE **Avec cette notice passe-partout, le conditionnement de ce médicament est imprécis. Quels sont en effet ses dosages et formes galéniques?**

de nous emballer…

ballages de médicaments et les modes d'emploi ne sont pas toujours très clairs.

par un générique, il devrait indiquer sur l'étiquette de la posologie, par exemple pour Ecofenac: générique de Voltarène. Si tout semble simple au moment de l'achat, ce n'est plus le cas à la maison, où les deux emballages se retrouvent dans la pharmacie de ménage et que plus personne ne se souvient des explications données…

Question de responsabilité

Membre du comité central de la Fédération des médecins suisses (FMH), le Dr Max Giger pense que l'automédication est une question de santé publique bien plus préoccupante que le conditionnement des médicaments autorisés à la vente en Suisse. «On ne répète jamais assez aux patients qu'ils doivent avoir une discussion franche et ouverte avec leurs thérapeutes et leurs pharmaciens, insiste-t-il. Quant aux médicaments génériques, j'estime que l'on devrait imposer aux fabricants de faire figurer sur l'emballage le nom du générique en premier, lié par un trait d'union au nom de la firme qui le commercialise.»

Mais si les professionnels de la santé sont toujours plus nombreux sur le terrain à espérer une réglementation plus stricte en matière de conditionnement des médicaments, ni la FMH ni Swissmedic n'entendent pour l'heure faire pression dans ce sens. Reste alors aux fabricants à se responsabiliser davantage. Une nouvelle entreprise, Axapharm, dont les premiers génériques arriveront sur le marché helvétique en fin d'année, promet aux pharmaciens de mettre spécialement l'accent sur un conditionnement optimal. A voir si elle tient parole, ou, mieux encore, si elle fait école…

Joelle Isler

Entreprise attentive aux besoins des consommateurs

En quoi les génériques commercialisés par Axapharm se distingueront-ils vraiment de la concurrence?
«Le lancement d'Axapharm a été financé par pharmaSuisse et des pharmaciens dans le but d'améliorer la qualité, l'économie et la sécurité de la médication, répond Didier Ray, président du conseil d'administration. Pour ce faire, nous tenons compte de bien d'autres critères que la seule dénomination commune internationale afin d'éviter des confusions. Nous avons notamment mis l'accent sur la déclaration claire du contenu, et même sur l'absence d'adjuvants problématiques, tels que «sans sucre» ou «sans gluten». La déclaration négative, bien qu'elle soit très utile, se heurte toutefois à certaines règles en vigueur chez Swissmedic…»

Axapharm se veut aussi sensible au contexte socioculturel. «Un service important pour la sécurité des médicaments, au moment où la libre circulation des personnes est garantie dans tout l'Espace économique européen, touche aussi à l'information pour les patients, affirme Didier Ray. La documentation de tous les produits d'Axapharm est disponible non seulement en allemand, en français et en italien, mais dans les six autres langues les plus demandées en Suisse. D'autres éléments de sécurité, comme une identification de chaque compartiment d'une plaquette, notamment, permet de prévenir les confusions et devrait simplifier la communication entre les membres des professions médicales et le personnel soignant.»

J. Is.



Fromages Authenticité et

Déjà soumis à la concurrence des produits industriels, les fromages au lait

Un zeste d'antibiotique, deux ou trois colorants et un peu d'arômes, tout cela peut légalement entrer dans la composition du fromage, un produit réputé naturel. L'industrialisation d'une partie de la production fromagère européenne est en marche avec également l'expansion de la pasteurisation. Même en France, réputée pour ses pâtes molles goûteuses, cette pratique est omniprésente, le lait cru ne représentant plus que 17% de la production. Dans sa volonté d'harmonisation et d'ouverture des marchés, la Suisse autorise depuis 2002 toute une série d'additifs dans les fromages et s'apprête à assouplir la dénomination «lait cru» en 2008.

Additifs: les fromagers suisses résistent

Pour préserver la réputation de leurs produits, les fromagers suisses se sont engagés à ne pas utiliser certains de ces additifs pour les fromages affinés. Cette démarche volontaire, qui inclut également la production industrielle, exclut notamment la présure produite par génie génétique, les conservateurs nisine (E 234) et lysozyme (E 1105) (qui pallient les défauts de fermentation) ainsi que la natamycine (E 235), un antibiotique utilisé pour le traitement des croûtes de fromage. Un point positif pour les fromages suisses, mais qui ne doit pas faire oublier que d'autres additifs comme les colorants naturels peuvent être utilisés, ce que la FRC regrette.

Certains produits importés, en revanche, peuvent en contenir, mais les consommateurs doivent en être informés, soit par l'étiquette, soit par le personnel de vente. La FRC a ainsi trouvé du grana panado avec de la lysozyme et du fromage hollandais et du manchego traités à la natamycine. Lors de plusieurs investigations ces dernières années, le chimiste cantonal zurichois a mis en évidence des additifs dans des fromages italiens, espagnols et portugais avec parfois des dépassements de concentration ainsi que des problèmes d'étiquetage.



Cru, thermisé ou pasteurisé?

Lait cru: n'a pas été chauffé à plus de 40 °C avant la fabrication du fromage. Le lait conserve toute sa flore qui donne son goût au fromage. Les fromages au lait cru à pâte cuite sont ensuite chauffés durant le processus de fabrication, entre 57°C et 59°C pour le gruyère.
Lait thermisé: chauffé entre 40°C et 72°C, solution intermédiaire pour assurer l'hygiène. Par rapport à la pasteurisation ce procédé préserve mieux les arômes.
Lait pasteurisé: Chauffé à plus de 72°C pendant 15 secondes.

Exigences sur l'étiquette

La mention est obligatoire pour le lait cru, mais facultative pour le lait thermisé ou pasteurisé. Si rien n'est indiqué sur l'étiquette, le lait est probablement pasteurisé.

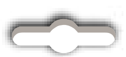
Listériose

La listeria est une bactérie qui peut être présente dans le lait cru. Elle provoque la listériose, une maladie dangereuse pour les femmes enceintes et les personnes âgées. Parmi les fromages au lait cru, seuls ceux à pâte molle présentent des risques, l'affinage des fromages à pâte dure éliminant ces bactéries. A noter que la pasteurisation élimine ces bactéries du lait mais que des recontaminations ultérieures ne sont pas à exclure lors du processus de fabrication ou de la distribution.

Comment choisir

Additifs: Lire les étiquettes ou se renseigner auprès du personnel de vente. Les fromages suisses ne comportent pas les additifs les plus problématiques. Etre attentif avec les fromages du Sud de l'Europe et des Pays-Bas.

Fromages de montagne ou d'alpage: En altitude, les prairies permettent de produire des fromages avec un goût spécifique et une meilleure qualité des



naturel menacés

cru pourraient être confondus avec des produits beaucoup moins artisanaux.



RÉSISTANCE Les fromages artisanaux suisses ont réussi jusqu'à présent à maintenir leurs qualités et leurs spécificités.

Jean-bernard sieber/ARC

En 2001, plus de 37'000 romands signaient notre pétition pour sauver les fromages au lait cru. Cette mobilisation avait permis d'éviter que des fromages au lait thermisé puissent être étiquetés comme «fromage au lait cru». Fin 2007, une nouvelle proposition d'étiquetage les menace. Dans le processus d'harmonisation avec l'Europe, l'Office fédéral de la santé publique prévoit que l'appellation «au lait cru» puisse s'appliquer à des fromages fabriqués partiellement à partir de lait pasteurisé ou thermisé. La FRC s'est opposée à cette modification qui tromperait les consommateurs. La balle est maintenant dans le camp de l'Office fédéral de la santé publique.

Les fromagers artisanaux sont également inquiets car comme le relève Anton Schmutz, directeur de Fromarte: *«Des producteurs de fromage au lait thermisé pourraient être tentés d'y ajouter quelques pourcents de lait cru pour bénéficier d'une image positive auprès des consommateurs.» Il ajoute également «que cela accentuerait la tendance de l'industrie de s'approprier la bonne image des produits artisanaux, sans offrir les mêmes qualités».*

Entre la poire et le fromage

Comme toutes les productions alimentaires, le fromage se trouve confronté à l'industrialisation. Pour produire plus, plus aisément et avec moins de contraintes sur le plan de l'hygiène, les industries utilisent des additifs et pratiquent la pasteurisation. Les fromages artisanaux suisses ont réussi jusqu'à présent à maintenir leurs qualités et leurs spécificités. Représentant plus de 40 % de la production, les AOC, et c'est une condition de base pour la FRC, utilisent entièrement du lait cru à l'exception des vacherins Mont d'Or et fribourgeois. La FRC demande que la nouvelle législation évite tout risque de tromperie. Si les consommateurs ne disposent plus des informations nécessaires pour différencier et choisir les vrais fromages au lait cru, ils seront trompés et ces fromages en danger.

Aline Clerc

un fromage? Petit guide pour les amateurs

graisses. Ces fromages sont estampillés «montagne» ou mieux encore «alpage». Attention à ne pas se fier à d'autres dénominations fantaisistes («des Alpes») ou à des illustrations qui ne garantissent en rien l'utilisation d'un lait de montagne.

AOC: les fromages AOC suisses garantissent l'absence d'additifs et l'utilisation exclusive de lait cru (sauf le vacherin Mont d'Or et le vacherin fribourgeois au lait thermisé). Ils sont fabriqués en majorité dans des fromageries artisanales. On les reconnaît à la mention AOC. Ces fromages ne sont pas les seuls à être au lait cru. Lisez les étiquettes pour découvrir les autres. Les fromages AOC européens ne sont hélas pas tous soumis à ces mêmes exigences. En France certaines AOC comme l'époisses ou le cantal, autorisent la pasteurisation sous la pression des industries.

Liste des fromages AOC suisses:

- **Gruyère**
- **Emmental**
- **Etivaz**
- **Tête de moine**
- **Sbrinz**
- **Berner Alpkäse**
- **Fromage d'alpage tessinois**
- **Raclette du Valais**
- **Vacherin fribourgeois (lait thermisé)**
- **Vacherin Mont d'Or (lait thermisé)**

Emballés ou à la coupe:
Les emballages actuels garantissant une bonne qualité de conservation et de goût, il est possible tout à fait possible de trouver des fromages artisanaux en grande surface. Le nom de la fromagerie y est même parfois indiqué. Acheter son fromage à la coupe dans une fromagerie permet de choisir la durée d'affinage ou des spécialités plus confidentielles.

A.C.



Principe du Cassis de Dijon
Non à la perte d'informations sur nos aliments!

Dans son projet, le Conseil fédéral souhaite supprimer des indications précieuses pour les consommateurs, comme la provenance de la viande.

Le principe du Cassis de Dijon doit servir à supprimer des dispositions absurdes ou insensées, pas à détériorer la qualité de l'information aux consommateurs. Dans son projet présenté fin octobre, le Conseil fédéral a oublié d'inclure des informations essentielles pour les consommateurs: la provenance des aliments, l'information sur les élevages en batterie et la mention des allergènes notamment.

Des exceptions fondamentales

Les consommateurs souhaitent savoir d'où proviennent la viande, les fruits et les légumes. Ce n'est tout de même pas la même chose si le poulet d'un cordon-bleu a été élevé en Suisse, en France ou en Pologne. Sans l'information de la provenance, les tromperies augmenteront, et les consommateurs ne pourront plus faire un choix en toute connaissance de cause.

Bien qu'en Suisse il soit interdit de pratiquer l'élevage de poules pondeuses en batterie, l'importation de ce type d'œufs est autorisée avec cependant l'obligation d'indiquer «élevage en batterie». Résultat: les détaillants ne vendent pas d'œufs de batterie. Paysans et consommateurs encouragent cette pratique.

Substances allergènes à signaler

Les traces de substances allergènes (noix, œufs, etc.) doivent être signalées sur l'emballage. C'est une aide précieuse pour quelque 300 000 personnes souffrant d'une allergie alimentaire car, même en quantité infime, ces substances peuvent provoquer de violentes réactions et de graves maladies.

La FRC, avec ses consœurs alémanique et tessinoise, exige que l'on conserve ces informations essentielles pour les consommateurs. Sans quoi, elles rejetteront le projet.

A. C.

FRC WEB

Tout le dossier « cassis de Dijon » est en ligne sur notre site www.frc.ch dans les dossiers de la rubrique Politique/Economie.

Publicité et petit
Il faut respecter

L'interdiction de l'affichage publi vaudois. La FRC exige qu'elle soit

Un ménage sur dix est endetté. L'endettement moyen est même passé de 35 000 francs il y a quelques années à 50 000 aujourd'hui. Le phénomène est en pleine expansion, particulièrement chez les jeunes, dont un sur quatre a déjà des dettes. De quoi s'inquiéter. D'autant plus que plusieurs études tendent à prouver que la publicité a une forte influence sur l'endettement, surtout chez les jeunes. Ces derniers sont confrontés à une publicité omniprésente et très agressive en matière de petit crédit, ce qui les attire vers l'argent facile. L'essor de l'utilisation des cartes de crédit et l'accès au petit crédit pour toutes sortes d'activités de loisirs génèrent des situations dramatiques.

Demi-mesures du canton de Vaud

Le canton de Vaud, conscient des dangers, a, en janvier 2006, adopté une disposition qui interdit la publicité pour le petit crédit (art. 80 de la loi vaudoise sur l'exercice des activités économiques, LEAE). Mais cette disposition est restée lettre morte. La Société générale d'affichage (SGA) ainsi que certains instituts bancaires

Une interdiction justifiée

Le professeur de la Faculté de droit de l'Université de Lausanne Etienne Poltier confirme, dans son avis de droit très approfondi, la légalité de l'article 80 LEAE qui interdit la publicité pour le petit crédit. En bref, ce spécialiste de droit public se détermine sur le sujet de la manière suivante:

- Les cantons sont compétents pour adopter des dispositions de droit public régissant la publicité en matière de crédit à la consommation, y compris pour les petits crédits soumis à la loi fédérale sur le crédit à la consommation.
- L'interdiction de la publicité pour les petits crédits par les cantons répond à un intérêt public à caractère social et apparaît donc comme admissible selon la Constitution fédérale. En outre, une telle interdiction



crédit la loi

citaire est prévue par le droit appliquée

ont en effet laissé entendre que cette interdiction était illégale. La FRC a donc décidé de mandater le professeur de la Faculté de droit de l'Université de Lausanne Etienne Poltier pour qu'il examine cette disposition. Ce dernier confirme la légalité de l'article 80 LEAE (cf. encadré). Sur la base de cet avis de droit, la FRC a interpellé le Conseil d'Etat vaudois et la Ville de Lausanne en octobre dernier. Elle leur demande de faire appliquer cette interdiction.

L'attitude attentiste des autorités, en particulier du Conseil d'Etat, en regard de cette réalité est inadmissible. L'inaction du canton de Vaud, et plus particulièrement de la Ville de Lausanne, dans ce cas, est d'autant plus choquante que, dans ce domaine, l'action politique s'impose d'urgence. A tel point qu'un programme de prévention de l'endettement a été lancé par le canton en juin dernier **(www.vd.ch/dettes)**. La commune de Prilly l'a bien compris, puisqu'elle vient d'adopter un règlement interdisant cet affichage. D'autres cantons romands attendaient l'avis de droit pour se prononcer à leur tour sur la question.

paraît également respecter le principe de la proportionnalité: en effet, elle n'empêche pas la conclusion de contrats de crédit à la consommation, mais permet la poursuite d'un intérêt public de politique sociale important, à savoir préserver la population du surendettement.

■ Les collectivités publiques – cantons, communes – peuvent interdire, au même titre que la publicité pour le tabac et l'alcool, l'affichage en faveur du crédit à la consommation sur le domaine public. Elles ont aussi la faculté d'étendre cette interdiction au domaine privé visible depuis le domaine public.

En conclusion, les autorités vaudoises peuvent donc et même doivent appliquer l'article 80 LEAE et interdire la publicité par voie d'affichage sur le domaine public, ainsi que sur le domaine privé visible du domaine public.

LE MOT DE LA PRÉSIDENTE



Le téléphone «intelligent» et le client captif

Dans notre société, la consommation est devenue une facilité, une évidence. Tout est prévu pour faciliter l'acte de consommer: les magasins sont toujours bien remplis, ils sont ouverts de plus en plus longtemps, le crédit est de plus en plus accessible. La publicité, les rabais et les innovations soutiennent efficacement les ventes.

Les smartphones (cf. pp. 8 -13), par exemple, ont la cote, et les ventes montent en flèche. Ils ont en particulier ceci d'«intelligent» qu'ils offriront de nombreuses possibilités de téléchargement de services supplémentaires à leurs utilisateurs, comme la messagerie électronique, Internet ou un navigateur GPS – contre paiement supplémentaire, bien entendu.

La téléphonie est décidément un domaine où le client est captif. Par exemple, les opérateurs mettent à disposition un appareil dont la durée de vie moyenne est de 6 mois, alors que l'abonnement est de 24 mois. Compte tenu du prix réel de l'appareil, il devrait en tout cas être amorti au bout de 12 mois. Mettre à disposition un téléphone mobile quasi gratuitement ne justifie pas un contrat de 24 mois. La FRC souhaite que la durée maximale des contrats soit de 12 mois et que les clauses de renouvellement tacite disparaissent.

En outre, lorsque l'appareil tombe en panne à l'issue des 6 mois, les opérateurs font preuve de mauvaise foi en affirmant que «dans ce cas» la garantie ne peut pas jouer, «car de l'humidité ou un choc sont à l'origine de la panne». Au final, l'appareil n'est ni réparé ni remplacé, et, dans la plupart des cas, si un nouvel appareil est mis à disposition, le client doit alors renouveler son contrat chez l'opérateur. Les opérateurs, eux, en tout cas, sont très «intelligents».

Monika Dusong



MIEUX VAUT EN SOURIRE…

Sales soldes!

Un membre nous fait remarquer l'utilisation abusive du terme anglais «sale» lors des soldes. Dans son courrier adressé à H&M, Vögele et Manor, il dénonce avec pertinence l'emploi du terme anglais au détriment de la langue locale. Selon lui, l'utilisation d'anglicismes aurait uniquement pour but de «faire jeune», mais il émet de sérieux doutes sur le fait que cela puisse faire vendre un article de plus.

Non seulement le terme français existe, d'où l'inutilité d'employer le terme anglais, mais, comble d'ironie, ce dernier s'écrit comme le mot «sale». En français, sale signifie «qui a perdu sa netteté, sa pureté sous l'effet d'une matière étrangère qui souille, tache et donne à la chose altérée un aspect déplaisant ou dégoûtant». Lorsqu'on voit parfois la qualité et l'aspect des vêtements soldés, cette définition, et l'amalgame que l'on peut en faire, prête effectivement à rire.

Les sociétés qui ont répondu au courrier de notre membre l'ont fait généralement par leur service de communication et marketing. Reste à espérer que le public visé, à savoir les jeunes, connaisse bien la langue de Shakespeare, faute de quoi, l'effet escompté - à savoir l'objectif de faire consommer ces derniers - pourrait ne pas être atteint!

DE QUI SE MOQUE-T-ON?

Clinique genevoise et Supra Assurés pris en otage

C'est avec une grande indignation que nous avons pris connaissance du témoignage de l'un de nos membres. Ce dernier nous informait d'une situation que nous trouvons inadmissible et qui, malheureusement, a tendance à se produire de plus en plus souvent: la prise en otage des assurés.

Son épouse, assurée en chambre privée à la Supra, doit se faire opérer à la Clinique Générale-Beaulieu de Genève. Or, malgré sa couverture d'assurance et la garantie d'hospitalisation donnée par la Supra au moment de son hospitalisation, la clinique exige de sa part le versement d'une caution de 8000 fr.!

Des justifications demandées par la FRC auprès de la clinique, de l'Association des cliniques privées et de la Supra, il ressort que chaque partie se renvoie la responsabilité, tout en relevant que ce n'est pas au patient d'en subir les frais!

Ce n'est pas un fait nouveau que les cliniques genevoises et certaines caisses maladie soient en litige et que, en attendant que l'affaire soit tranchée par les tribunaux ou dénoncée par l'Office fédéral compétent, elles en répercutent les conséquences financières sur leurs patients, respectivement assurés.

Il n'appartient pas à la FRC de juger qui a tort, de la clinique ou de la caisse concernée, mais plutôt de condamner cette pratique inacceptable qui dure depuis de trop nombreux mois et dont les deux protagonistes sont à l'origine. Un courrier dans ce sens a donc été adressé tant à la Supra qu'à la Clinique Beaulieu pour que cesse cette mesure discriminatoire envers les assurés de la Supra. Affaire à suivre.

Une question? Un doute?



Valérie Muster, responsable de la Permanence FRC Conseil, et son équipe de spécialistes se tiennent à votre disposition.
Vous êtes membre FRC: 0848 575 105 (tarif normal)
Vous n'êtes pas adhérent: 0900 575 105 (2 fr. 85/min)

Cartes journalières CFF Promotion plus limitée que prévue

«Quelle ne fut pas ma vive déception de me voir expliquer au guichet de la gare que je ne pouvais pas disposer, comme prévu, du bon que les CFF ont fait parvenir à tous les abonnés ½ tarif CFF au printemps, et ce malgré ce qui est inscrit dessus. *(n.d.l.r.: il est expressément stipulé sur le bon que sa validité s'étend du 1er octobre au 9 décembre 2007).*»

Jean-François Monnin



Les CFF informent qu'une modification des dates de validité de cette action est intervenue depuis l'émission des bons au printemps 2007 (n.d.l.r.: validité limitée du 27 octobre au 9 décembre). Suite toutefois à de nombreuses réactions, les CFF ont accepté de faire preuve de souplesse, selon leurs propres termes, et ont étendu la validité du bon au 1er octobre 2007. Ce que les CFF ne précisent pas, c'est que, légalement, ils sont tenus d'offrir la validité élargie, puisqu'ils sont liés par leur offre initiale. C'est dire que, dans le cas présent, souplesse signifie simplement application correcte de la loi.





Sapin de Noël Comment s'en débarrasser correctement

«Une fois les fêtes de fin d'année passées, que proposez-vous pour se débarrasser du sapin?» **J. P. @**

La FRC conseille:

– d'aller le déposer à l'endroit prévu par la commune pour les déchets végétaux.

– de se renseigner auprès de sa commune pour savoir si un service de ramassage est prévu.

– pour celles et ceux qui disposent d'un jardin, enlever les branches et les utiliser pour protéger les fleurs ou les racines des arbustes pendant l'hiver.

– débiter les troncs en bûches, les faire sécher, pour qui dispose d'une cheminée

– pour les Genevois, une pépinière livre l'arbre en pot et vient le rechercher après les Fêtes sur simple appel. **(http://www.sapinsgenevois.ch/)**

La FRC déconseille:

– de déposer le sapin, parfois encore décoré, sur la voie publique sans respecter les dates de ramassage des déchets végétaux.

– de brûler le sapin en vrac dans le jardin ou la cheminée, car il s'agit de bois vert, et souvent les arbres sont recouverts de neige artificielle polluante.



Jean-Bernard Sieber/ARC

Inscription dans des annuaires commerciaux

Tout lire avant de signer

«J'ai trouvé une offre fallacieuse dans ma boîte aux lettres. Si vous ne lisez pas bien, vous croyez que c'est Directories, l'annuaire de Swisscom, qui vous envoie une confirmation d'inscription, alors qu'il s'agit d'une entreprise inconnue, B. & P. Dienstleistungen, **www.ch-telefon.ch**, et que la somme de l'abonnement est faramineuse: 860 francs!»

Marlise Bachmann, Nyon



Malgré les nombreuses mises en garde dans les médias, beaucoup d'indépendants ou de petites entreprises signent une demande d'inscription dans un annuaire d'entreprise, pensant qu'il s'agit uniquement d'une vérification d'adresses sur Directories.

En n'étant pas suffisamment attentif au contenu des petites lettres, le collaborateur qui signe le document conclut bel et bien un contrat pour une durée minimale d'un an (renouvelable tacitement si vous ne prenez pas la peine de le résilier) et pour un montant de 860 fr. par an. Or **www.ch-telefon.ch** *(B. & P. Dienstleistungen) n'a rien à voir avec Directories, et n'a en aucun cas son impact!*

Se départir d'un tel contrat nécessite du temps et de l'énergie, puisqu'il vous faudra justifier le fait que vous n'aviez nullement l'intention de vous engager et que vous avez été trompé par le contenu du document.

Cette société a déjà été sanctionnée au début de l'été par la Commission suisse en matière de loyauté dans la publicité (*), cette dernière jugeant déloyal le procédé utilisé, en raison notamment du manque de clarté à propos du caractère payant de la prestation dû à la petite taille de la police.

Toutefois, cette condamnation, à elle seule, ne permet pas à la personne lésée de s'en prévaloir auprès de **www.ch-telefon.ch** *pour obtenir purement et simplement l'annulation du contrat. C'est l'autorité judiciaire compétente en matière de mainlevée d'opposition qui devra trancher. A ce jour, plusieurs lésés ont déjà obtenu gain de cause devant les tribunaux, l'autorité compétente jugeant qu'il y avait bel et bien tromperie.*

Attention toutefois, car, depuis lors, B. & P. a modifié ses formulaires et ajouté, en haut de ces derniers, en caractères gras, qu'il s'agit d'un ordre payant, ce qui pourrait éventuellement amener certains juges à ne pas retenir la tromperie!

En revanche, sur le plan pénal, l'escroquerie ne pourra pas être retenue contre cette société, puisque, si l'on prend la peine de lire l'entier du document, on se rend aisément compte qu'il s'agit d'une prestation payante, et qu'il n'y a donc pas d'astuce dans la tromperie, comme cela est nécessaire pour retenir juridiquement l'accusation d'escroquerie.

Pour l'instant, seules les petites entreprises ou les indépendants sont touchés, mais, comme pour tout acte nécessitant une signature, un seul mot d'ordre s'impose: lisez avant de signer!

*** http://www.lauterkeit.ch/faelleF.htm**



La brochure «Budget» est rééditée

On ne le sait pas toujours, mais la FRC est très active pour aider ses membres à gérer leur porte-monnaie.

Effectivement, une commission budget existe au sein de la FRC, qui compte 14 conseillères à disposition en Suisse romande. L'idée de base, c'est d'aider les citoyens, qui sont parfois très démunis, à tenir un budget.

Notre travail commence parfois sur les bancs de l'école. En effet, nous sommes souvent sollicitées pour donner des cours ou des séances d'information sur les budgets dans des écoles, mais aussi dans des centres sociaux ou au sein d'associations.



Jean-Bernard Sieber/ARC

Présidente de la commission budget de la FRC, Dominique Erne ne ménage pas ses efforts pour équilibrer les comptes des personnes en difficultés financières

Dans le cadre de cette formation permanente, la FRC réédite ces jours sa brochure «Budget».

C'est sans aucun doute la publication la plus demandée par nos membres. Il est vrai qu'elle donne, de manière très pragmatique, les informations nécessaires pour tenir et équilibrer un budget. Il y a plein de conseils pour optimiser la gestion de ses dépenses, de petits trucs pour moins dépenser.

En plus, il y a aussi des tableaux pour dresser la liste de ses charges fixes, et douze fiches mensuelles qui permettent de noter ses dépenses et de faire un récapitulatif annuel.

C'est une brochure pratique et didactique qui s'appuie aussi sur différents exemples de budgets familiaux, avec ou sans enfants, pour que chacun trouve des repères concrets.

La brochure, c'est la première étape du travail de la FRC, mais votre commission va aussi plus loin dans l'aide qu'elle peut apporter.

Bon an, mal an, une centaine de personnes ou de familles qui n'arrivent pas forcément à joindre les deux bouts s'adressent à nous pour un service plus personnalisé. Il s'agit de consultations privées où le secret et la discrétion sont totalement garantis.

Ces entretiens, qui durent environ une heure et demie, doivent être préparés, documents à l'appui, par les bénéficiaires. Sur la base des chiffres fournis, nous sommes alors en mesure d'établir la répartition des dépenses, d'essayer de voir ce qui peut être modifié ou diminué pour alléger la charge financière.

A la suite de la consultation, la conseillère retravaille le budget, le met au propre et envoie une proposition de budget au client.

Qui sont les personnes qui vous consultent?

En 2006, les problèmes pour lesquels les personnes sont venues consulter se sont répartis de la manière suivante:

- 45%, suite à une séparation ou un divorce, afin de faire le point financièrement.
- 36% désirent mieux gérer leurs revenus et avoir une vision globale de leur situation financière.
- 7%, revenus insuffisants.
- 5%, répartition des dépenses entre partenaires et argent du ménage.
- 4%, dettes et petits crédits.
- 3%, changement de situation familiale (chômage, changement professionnel, arrivée d'un enfant, retraite, etc.).

Il est bon de préciser que la FRC ne s'occupe pas de désendettement. Notre rôle n'est pas de gérer les créanciers. Nous essayons de travailler en amont pour ne pas être confrontés à des situations de crise.

La nouvelle brochure «Budget FRC» peut être commandée grâce à la carte collée dans les premières pages de ce magazine ou sur **www.frc.ch**. Une version avec CD existe aussi.

Prix brochure jusqu'au 31 décembre 2007: 22 fr. (membres: 15 fr.)
Dès le 1er janvier: 25 fr. (membres: 18 fr.)
Prix brochure + CD: 100 fr. (membres: 50 fr.)
Prix consultation personnalisée: 80 fr. (membres: 50 fr.)



BONNES ET JOYEUSES FÊTES!

La FRC souhaite à tous ses membres de très belles fêtes de fin d'année et une excellente année 2008.
Elle remercie vivement et tout particulièrement les membres actifs dans les sections et toutes les personnes qui ont soutenu par leur travail la bonne marche de notre association pour leur investissement tout au long de cette année.



Indépendant et sans publicité

La Fédération romande des consommateurs est une association sans but lucratif. Elle vit et publie son journal, *FRC Magazine,* grâce aux cotisations de ses membres. Ce soutien lui permet de refuser toute publicité dans ses pages et de garantir son indépendance la plus totale. En effet, pour défendre sans concession les consommatrices et consommateurs, la FRC se veut sans aucune appartenance politique, ni lien avec un groupe économique, industriel, commercial ou financier.



Fédération romande des consommateurs

La Fédération romande des consommateurs (FRC) est LA référence dans le domaine de la consommation. Elle défend et protège les consommateurs et fait pression sur les milieux économiques et politiques afin que les droits des consommateurs soient respectés et améliorés.

Bénévoles pour renforcer les équipes dans les sections

Profil recherché

Les sections cantonales de la FRC recherchent pour 2008, pour compléter leurs équipes, quelques personnes bénévoles: qui ont une expérience de vie

- Qui aiment travailler en équipe
- Qui disposent de quelques heures à consacrer à notre association
- Et qui possèdent des bases en informatique

Elles offrent

- Des activités stimulantes et utiles à la collectivité
- Des formations spécifiques données par des spécialistes
- Des contacts variés et enrichissants
- Un petit défraiement

Quelques exemples des activités proposées:

- Conseiller/-ère en budget: aider les personnes à établir un budget mensuel équilibré, donner des conseils pour gérer l'argent au quotidien
- Aide administrative de la section: courrier, contacts avec le comité, création de documents internes
- Informateur/-trice au bureau FRC Conseil: informer et conseiller le public dans le domaine de la consommation et en cas de petits litiges.

Veuillez vous adresser directement au/à la président-e de section de votre canton selon les coordonnées figurant en dernière page du journal ou en vous adressant au numéro 021 331 00 90.

Experts bénévoles pour des commissions

La FRC recherche pour ses commissions internes «Agriculture et alimentation», «Droit et économie», «Energie et environnement», ainsi que «Santé», **des experts bénévoles** qui apportent leurs connaissances du domaine concerné.

Les commissions déterminent la ligne générale de la FRC sur les dossiers les plus importants de leur domaine de compétence, observent le domaine concerné, en anticipant les évolutions pour le consommateur, et proposent des actions de la FRC. Le secrétariat central fournit un appui administratif aux commissions.

Tâches

- Discussion et préparation des prises de position et des actions de la FRC sur les dossiers du ressort de la commission sous l'angle technique
- Préparation des résumés de dossiers pour validation par le Comité directeur
- Rédaction d'un ou deux articles pour le journal de la FRC
- Participation aux séances de la commission (environ trois fois par année)

Profil recherché

- Connaissances spécifiques ou un intérêt marqué pour le domaine
- Intérêt à lire des dossiers ou des consultations
- Engagement pour la défense des consommateurs
- Intérêt pour le travail dans le milieu associatif

**Veuillez envoyer votre curriculum vitae accompagné d'une lettre de motivation jusqu'au 15 janvier 2008 à:
FRC, Mme Delphine Centlivres,
Case postale 6151, 1002 Lausanne**



Permanence FRC Conseil au service de tous

Changements:
La Permanence privilégie désormais le contact par téléphone plutôt que par courrier pour vos demandes. Les e-mails ne sont plus pris en considération, sauf pour les commandes.

Fermeture de fin d'année
Les bureaux de la FRC et FRC Magazine seront fermés du lundi 24 décembre au vendredi 4 janvier. Réouverture le lundi 7 janvier 2008.
■ La permanence recherche un(e) bénévole ayant un intérêt pour tout ce qui a trait à la consommation pour répondre au téléphone une ou deux demi-journées par semaine. Demander Mme Valérie Muster, responsable.

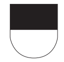
A agender.
■ Ouvert les matins de 9 h à 13 h, sauf je de 13 h à 17 h.
tél. 0900 575 105 (2 fr. 85/min) pour les non-membres
tél. 0848 575 105 (tarif normal Swisscom) pour les membres
fax. 021 331 00 93 **info@frc.ch**
rue de Genève 7, 1002 Lausanne
Fermeture exceptionnelle le 30 novembre.

Consultations juridiques sur rdv. Membres FRC gratuit (non-membres 50 fr., examen du dossier)

Consultations budget sur rdv. Membres FRC 50 fr. (non-membres 80 fr.)

Consultations assurance maladie sur rdv. Membres FRC gratuit (non-membres 35 fr.)

Consultations textiles sur rdv. (lu 10 h 30 à 12 h). Membres FRC gratuit (non-membres 35 fr.)



FRC FRIBOURG

A agender. ■ La fermeture des bureaux du 24 décembre au 7 janvier 2008, reprise le mardi 8 janvier.

Notre bureau FRC Conseil
Consultations budget: tél. 026 322 28 40.
Rue de l'Hôpital 2, case postale 553, 1701 Fribourg, mardi de 9 h à 11 h et vendredi de 9 h à 11 h, tél. 026 322 28 07, fax 026 322 28 42, frc.fr@bluewin.ch
Présidente. Dana Raemy



FRC GENÈVE

A agender. ■ Le bureau genevois sera fermé du vendredi 21 décembre au 7 janvier 2008, reprise le mardi 8 janvier.

Notre bureau FRC Conseil
Place de la Synagogue 2, case postale 5451, 1211 Genève 11, mardi et jeudi de 9 h à 12 h, tél./fax 022 781 25 79 (pour membres FRC).
Présidente. Renée Roulet



FRC JURA

A agender. ■ La fermeture des bureaux du lundi 24 décembre au lundi 7 janvier 2008, reprise le mardi 8 janvier.

Notre bureau FRC Conseil
Rue des Granges 12, 2800 Delémont, mardi de 14 h à 17 h, tél./fax 032 422 20 20, delemont@frc.ch
Présidente. Josiane Daepp, j.daepp@frc.ch

FRC JURA BERNOIS

A agender. ■ La fermeture du bureau du 22 décembre au 13 janvier 2008.

Notre bureau FRC Conseil
Rue Neuve 7, case postale 386, 2502 Bienne, lundi de 16 h à 18 h 30, tél./fax 032 322 28 23, frc-bienne@bluewin.ch
Présidente. Elie Magnin eliemagnin@bluewin.ch

FRC NEUCHÂTEL

A agender. ■ Fermeture les lundis 24 et 31 décembre 2007 réouverture le lundi 7 janvier 2008 à 14 h.

Nos bureaux FRC Conseil
La Chaux-de-Fonds
Rue du Collège 11, 2300 La Chaux-de-Fonds, lundi de 14 h à 17 h, tél./fax 032 913 37 09.
Neuchâtel
Faubourg de l'Hôpital 1, 2000 Neuchâtel, mardi de 14 h à 17 h, tél. 032 724 40 55, fax 032 724 28 80, neuchatel@frc.ch
Présidente. Christiane Enrico



FRC VALAIS

A agender. ■ La fermeture des bureaux du 24 décembre au 7 janvier 2008, reprise le mardi 8 janvier.
■ En partenariat avec la station de recherche Agroscope (RAC) de Conthey nous cherchons personnes pour déguster et évaluer la qualité de fruits et légumes de saison selon des critères définis. Une formation gratuite est dispensée aux participants. Prendre contact avec Françoise Hochreutiner, présidente de section au 027 395 34 71 ou 076 320 43 42.

Notre bureau FRC Conseil
Rue des Châteaux 2, case postale 2195, 1950 Sion 2, mardi de 9 h à 11 h et jeudi de 14 h à 17 h, tél./fax 027 323 21 25, sion@frc.ch
Présidente. Françoise Hochreutiner, f.hochreutiner@frc.ch



FRC VAUD

Notre bureau FRC Conseil
Rue de Genève 7, case postale 6151, 1002 Lausanne, horaires et visites: cf. permanence
Tél. membre: 0848 575 105
Fax: +41 21 331 00 93,
Président ad interim. Théo Bondolfi, move@cooperation.net

JAB 1002 Lausanne

Couverture: Jean-Bernard Sieber